

# **UNELMISTA MERKKILAUKKUIHIN**

## **Olivia-lehden työelämädiskursseja**

Satu Saari  
Tampereen yliopisto  
Kieli-, käännös- ja kirjallisuustieteen yksikkö  
Suomen kielen maisteriopinnot  
Pro gradu -tutkielma  
Toukokuu 2016

Tampereen yliopisto

Kieli-, käännös- ja kirjallisuustieteiden yksikkö

Suomen kielen maisteriopinnot

SAARI, SATU: Unelmista merkkilaukkuihin – Olivia-lehden työelämädiskursseja

Pro gradu -tutkielma, 52 sivua

toukokuu 2016

Tässä tutkimuksessa tarkastellaan Olivia-lehden työelämädiskursseja vuoden 2013 vuosikerrasta. Tutkimusmetodeina ovat analyttinen diskurssianalyysi ja merkitystutkimus. Tutkimuskysymyksenä on, millaisia diskursseja Olivia työelämäjutuissaan hyödyntää.

Kahdestatoista numerosta löytyi yhteensä 38 työelämään liittyvää juttua. Näistä karsittiin pois henkilöjutut, joissa fokus oli haastateltavan persoonassa ja elämäkerrallisuudessa, kuten esimerkiksi poliitikkoja tai muusikkoja koskevat jutut. Samoin Oikeassa ammatissa -palstan kaksi juttua jätettiin pois niiden tarinallisuuden vuoksi. Yksi pääkirjoitus ja yksi pitempi feature-artikkeli presentaatioista jäivät pois niiden yleispätevyyden vuoksi, sillä niiden aiheet koskettavat laajempaakin lukijakuntaa kuin työssäkäyviä. Myös kaksi muotijuttua jäi aineistosta pois, sillä ne eivät ohjeistaneet työpukeutumista eksplisiittisin vinkein tai maininneet työpaikkaa, vaikka niissä olikin merkintä ”Töihin ja juhliin”. Näin rajattiin esiin 28 työelämää käsittelevää artikkelia, tekstilajeina pääasiassa feature-artikkelit, henkilöjutut ja muotijutut.

Aineistosta nousi neljä päädiskurssia, jotka on nimetty tyylin, rohkeuden, itsetuntemuksen ja mielihyvän sekä yrittäjyyden ja yritteliäisyyden diskursseiksi. Tuloksena on, että työelämä näyttäytyy tärkeänä mielihyvän ja itsetunnon lähteenä, ja työssä on tärkeää päästä toteuttamaan itseään, jotta se olisi mahdollisimman mielekästä. Mikäli työolot eivät syystä tai toisesta ole tyydyttäviä, esimerkiksi etenemismahdollisuuksien näkökulmasta, työntekijän on pyrittävä aktiivisesti muutokseen vaikkapa vaihtamalla alaa.

Myös unelmien toteuttamiseen on syytä pyrkiä, ja unelmointi nähdään tärkeänä itsessään kuin myös hyvänä lähtökohtana tehdä muutoksia parempaan. Alanvaihto vaatii rohkeutta, samoin yrittäjäksi ryhtyminen. Yrittäjyydestä esitetään kahtalaista kuvaa: toisaalta yrittäjyys on rankkaa, uuvuttavaa ja vaativaa, toisaalta se vaatii esimerkiksi vain hyvän idean tai hullua rohkeutta.

Tyylin diskurssi pyrkii saamaan myös lukijassa aikaan muutosta ohjeistavan tekstilajin keinoin. Imperatiivimuotoiset muotiartikkelit ohjaavat pukeutumaan rohkeasti ja erottumaan joukosta. Tyyli painottaa samanaikaisesti sekä konservatiivisuutta ja perinteisyyttä että trendikkyyttä ja erikoisuutta. Oliviassa tyylijutut painottavat hyvin toimeentulevien toimistotyöläisten työpukeutumista kauluspaittoineen, jakkuineen ja tuhansien eurojen laukkuineen.

Avainsanat: diskurssianalyysi, työelämä, aikakauslehdet

# SISÄLLYS

1 JOHDANTO.....	4
2 TEORIA.....	6
2.1 Diskurssianalyysi.....	6
2.2 Naistenlehdet ja naisen asema .....	9
3 AINEISTO, MENETELMÄ JA TUTKIMUSKYSYMYKSET .....	15
3.1 Menetelmä ja tutkimuskysymys .....	15
3.2 Diskurssianalyysi menetelmänä .....	16
3.3 Aineisto.....	17
4 ANALYYSI.....	21
4.1 Tyylin diskurssi .....	21
4.2 Rohkeuden diskurssi.....	27
4.3 Itsetuntemuksen ja mielihyvän diskurssi .....	33
4.3.1 Mentoriohjelma .....	33
4.3.2 Feature-artikkelit .....	36
4.4 Yrittäjyyden ja yritteliäisyyden diskurssi .....	44
4.4.1 Hyvä homma -palsta.....	44
4.4.2 Feature-artikkelit .....	47
5 PÄÄTÄNTÖ.....	52
LÄHTEET .....	58

# 1 JOHDANTO

Työllisyysluvut ja työelämän murros on puhuttanut Suomessa ja maailmalla jo pitkään. Tuoreimpien lukujen mukaan Suomen työllisten määrä on noussut hieman vuoden takaisista: vuoden 2016 ensimmäisellä neljänneksellä työssäkäyviä oli noin kaksi ja puoli miljoonaa, vuoden 2015 ensimmäisestä neljänneksestä kasvua on tapahtunut noin 5 000 henkilön verran. Toisaalta myös piilotyöttömien määrä on kasvanut jopa kahdeksalla prosentilla, piilotyöttöminä on tällä hetkellä 153 000. (Suomen virallinen tilasto 2016.) EA19-alueen, johon kuuluu 19 euromaata uusimpana tulokkaanaan Liettua, työttömyys puolestaan on kymmenen prosentin tienoilla. Tämä on pienin työttömyysprosentti euroalueella elokuun 2011 jälkeen. (Eurostat 2016.)

Myös mediassa työllisyydestä on puhuttu paljon, esimerkiksi tämän luvun kirjoitushetkellä Yle TV2 on vastikään esittänyt A2-illan Taloustalkoot -nimisellä teemalla. Muiden muassa yrittäjät, poliitikot ja yritysjohtajat kokoontuivat keskustelemaan siitä, miten Suomen talous saataisiin kohenemaan. Jo ohjelman intro siirsi ratkaisuvastuuta katsojalle kysymällä, ”miten sinä osallistut taloustalokoiisiin, miten sinä loisit työpaikkoja ja kasvua Suomeen?” (A2-ilta 2016.)

Keskustelun käydessä yhä kiivaampana onkin tärkeää tarkastella yhtä lailla sitä, *miten* työelämästä puhutaan kuin *mitä* siitä puhutaan. Faktojen ja lukujen esittäminen on yksi asia, mutta se, millaisista näkökulmista työelämää käsitellään ja keiden äänillä vaikuttaa ihmisten mielikuviin yhtä paljon kuin työttömyysprosentit. Työelämän todellisuuksista puhutaan yhtä paljon kuin siitä, millaista työelämän pitäisi olla ja mitkä ovat tämänhetkiset ihanteet ja tavoitteet.

Kaikki työelämästä puhumisen ja kirjoittamisen tavat muokkaavat yleistä asennetta, jolla työelämään suhtaudutaan ja miten siitä jatkossa puhutaan. Puhetavat ja asenteet ovat muotoutuneet vuosikymmenten ja vuosisatojen tuloksena, ja niitä ovat muokanneet tuhannet muutkin keskustelut, kulttuuriset muutokset ja asenneympäristöt. Muutos jatkuu koko ajan, ja diskurssintutkijan onkin tutkimustilannetta valitessaan syytä muistaa, että mikään tutkimusaineisto ei ole syntynyt tyhjästä eikä se ole minkään keskustelun päätös: pienimmätkin yksittäistilanteet ja -tapaukset ovat osa laajempaa kontekstia, joka on otettava tutkimuksessa huomioon. (Jokinen & Juhila 1999: 56–57.)

Tässä työssä tarkastelen sitä, miten Olivia-lehden vuosikerrassa 2013 kuvataan työelämää. Kiinnostuin aiheesta, kun olin vuonna 2013 Olivian tilaaja ja huomasin, miten paljon lehdessä käsiteltiin työtä, mutta varsin yksipuolisesta näkökulmasta. Muiden muassa hoitotyöläiset, ulkotyötä tekevät, ammattikoulun käyneet sekä vuorotyöläiset oli pitkälti häivytetty juttujen sisällöistä. Myöskään alati paheneva lama ja kohoava työttömyysprosentti ei juuri näkynyt lehden sivuilla. Entä missä näkyivät patkätyöläisyys, freelancereiden asema ja työelämän muut haasteet? Kiinnostuin tutkimaan asiaa tarkemmin. Olivia on suunnattu 28–42-vuotiaille naisille, joita lehden lanseerausajankohtana

oli jopa puoli miljoonaa. Näistä naisista Bonnierin teettämän tutkimuksen mukaan jopa 78 prosenttia on kiinnostunut uralla etenemisestä. (Vasala 2006.) Kiinnostavaa onkin, miten juuri tällä tavalla uralla etenemisestä kiinnostuneille työikäisille naisille profiloitunut aikakauslehti esittää työelämää. Työelämää tutkitaan Suomessa säännöllisesti esimerkiksi työolobarometrien avulla. Vuosittain barometreja on toteutettu vuodesta 1992 lähtien, ja niissä tarkastellaan suomalaisen työelämän laatua monista näkökulmista, esimerkiksi mielekkyyden ja kuormittavuuden kannalta (Ylöstalo 2009: 84, 100).

Naistenlehtiä tutkitaan paljon monilla eri tieteenaloilla, kieli- ja viestintätieteiden lisäksi esimerkiksi sosiologian ja johtamisen näkökulmasta. Aineistona tutkimuksissa on ollut Annan ja MeNaisten kaltaisia viikkolehtiä, Cosmopolitanin kaltaisia monikansallisia julkaisuja sekä suomalaisia kuukausijulkaisuja kuten Gloria. Oliviaa unelma-ammattien näkökulmasta tutkinut Kati Kriikun pro gradu -tutkielma julkaistiin 2015: siinä aineistona oli Oikeassa ammatissa -palsta, joka tästä tutkimuksesta jäi pois. Kriikun tutkimusaineisto oli kuitenkin vuosilta 2007–2012 ja tieteenalana oli sosiologia. Kielitieteellistä analyysia Olivia-lehdestä ei ole vielä tehty.

Tämän tutkimuksen tavoitteena on selvittää, millaisin diskurssein Olivia-lehti työelämästä puhuu. Lähestyn aineistoa diskurssianalyysin käsitteiden avulla ja esittelen myös aiempaa naistenlehti-tutkimusta niin Suomesta kuin muualta. Kolmannessa luvussa esittelen aineistoni, Olivia-lehden vuosikerran 2013, sekä kuvaan käyttämäni menetelmää ja arvioin sen toimivuutta. Neljännessä luvussa esittelen aineistosta nousseet neljä diskurssia ja analysoin aineistoni. Viides luku on päätäntö, jossa pohdin analyysini tuloksia ja esitän jatkotutkimusideoita.

## 2 TEORIA

### 2.1 Diskurssianalyysi

Diskurssi-sanalla on suomen kielessä kaksi eri merkitystä. Toisaalta diskurssin käsitteellä tarkoitetaan abstraktiota, kaikkia niitä kielen piirteitä, tekstejä tai tekstin osia, joilla on tai voi olla sosiaalisia ja vuorovaikutuksellisia ehtoja ja seurauksia (engl. *discourse*). Toisaalta diskurssit monikollisena, laskettavissa olevana käsitteenä (engl. *a discourse*) tarkoittavat suhteellisen pysyviä, kieleen kiteytyneitä tapoja merkityksellistää ja kuvata asioita, ilmiöitä ja tapahtumia. Tällöin diskurssit tarkoittavat sääntöjä, jotka ohjailevat noita eri tekstejä. Kielellisen tason diskursseja voi ajatella diskurssintutkimuksen mikrotasona, kontekstitason diskursseja makrotasoksi. (Pietikäinen & Mäntynen 2009: 26–27; Fairclough 2003: 123–124.) Esimerkiksi yksittäiset työelämää kuvaavat lehtiartikkelit ovat diskursseja, yksittäisiä puheenaiheita, jotka nostetaan esiin ajankohtaisuuden tai mielenkiintoisuuden perusteella. Eri mediat voivat vaikkapa nostaa esiin naisjohtajia ja heidän urakehitystään ja kuvata heitä kukin tahollaan tietyillä substantiiveilla (*asiantuntija, johtaja*) tai adjektiiveilla (*määrätietoinen, vahva*). Kun samankaltaisia artikkeleita tulee yhä enemmän ja ne alkavat yhdessä muodostaa yhteisempää kuvaa kuvattavasta ilmiöstä (tässä tapauksessa siis naisjohtajista ja heidän ominaisuuksistaan), voidaan alkaa puhua diskursseista monikollisena käsitteenä.

Mikrotasoa tarkasteltaessa teksteistä poimitaan siis sanoja, lauserakenteita, sanojen välisiä suhteita, tekstissä esiintyviä rooleja ynnä muuta sellaista, joka luo käsiteltävästä aiheesta tietynlaista kuvaa. Makrotasolla taas tarkastellaan sitä, millaisen kokonaisuuden nämä kaikki sanavalinnat ja muut semioottiset yksityiskohdat muodostavat: käytetäänkö tekstissä vaikkapa feminististä, sovinistista, isänmaallista, luonnonsuojelullista, taloudellista tai poliittista diskurssia ja niin edelleen. Makrotason diskurssit ovat historiaan sidoksissa olevia kielenkäyttötapoja, joiden avulla merkityksellistetään tiettyä osaa maailmasta tietyistä näkökulmasta (Kauppinen 2013: 83). Jotta Olivian (makrotason) työelämädiskurssit voisi hahmottaa, on ensin tarkasteltava mikrotason diskursseja, yksittäisten lehtijuttujen sanavalintoja ja tarkasteltava sitten, millainen kokonaisuus näistä palasista muodostuu. Pietikäisen ja Mäntynen mukaan (2009: 58) diskursseilla on tietty hierarkia ja arvojärjestys, joka vaihtelee tilanteittain. Esimerkiksi koulussa, työhaastattelussa ja lääkärin vastaanotoilla on erilaisia diskursseja, joita noudattaa. Siksi Olivianakin nousee automaattisesti diskursseja, jotka ovat hierarkiassa toisia korkeammalla: esimerkiksi sovinistinen diskurssi olisi 2010-luvulla ilmestyvässä naisten aikakauslehdessä sopimaton valinta.

Samoin eri aikakausina ja eri kulttuureissa ovat vallalla eri diskurssit. Nykyään länsimaissa pyritään puhumaan julkisesti feministisen diskurssin puitteissa, kun taas esimerkiksi 1950-luvulla valtdiskurssina on ollut jotain muuta, mikä tämän päivän näkökulmasta voisi olla sovinistista. Lisäksi se, mikä vaikkapa suomalaisessa kulttuurissa on sovinistista ja ”menneen ajan” diskurssia, voi jossain toisessa maassa olla yhä valtdiskurssi. Diskurssien kaksoiskierteen käsitteellä tarkoitetaan sitä, että diskurssit kantavat mukanaan sosiaalista ja historiallista voimaa, mutta ne reaalistuvat vasta todellisessa kielenkäytössä (Pietikäinen et.al. 2009: 59).

Diskurssianalyysi tarkastelee kielenkäyttöä osana sosiaalista ympäristöä ja kulttuuria, ja se edustaa ja kuvaa aina laajempaa kokonaisuutta kuin yksilön mielipidettä tai näkemystä. Suoninen sanoo, että kieltä käyttäessään jokainen on uusintamassa tai muuntamassa sitä kulttuuria, jossa sen hetkisenä aikakautena ilmiöitä tehdään ymmärrettäväksi. Toisaalta myös toiminta on sosiaalisten todellisuuden ylläpitämistä tai muuttamista, sillä toiminta kantaa merkityksiä samalla tavalla kuin sanallinen viestintä. (Suoninen 1999: 19.) Gee määrittelee diskurssien ytimeksi tunnistamisen. Toisten kielenkäyttäjien täytyy aiempien kokemustensa perusteella tunnistaa käytetyt kielen piirteet, arvot, symbolit yms., jotta voidaan puhua samasta diskurssista. Toisaalta aiemmasta poikkeavakin voidaan tunnistaa samaksi diskurssiksi, ja tämä poikkeava tapa kuvata tai puhua asiasta voi muuttaa valtdiskurssia. (Gee 2011: 35.) Esimerkiksi lehtijutut naisjohtajista esittävät usein naiset miehiä pehmeämpinä johtajina, ja rohkeiden päätösten tekeminen ja itsenäisyys poikkeaa tästä normista. Naisjohtajien esittämisessä hyödynnetäänkin tavallisesti joko perinteistä naiskuvaa ja diskurssia, tai vaihtoehtoisesti modernin naisen diskurssia. Vaikka medially on valtaa muuttaa diskursseja käsittelemällä naisjohtajuuden kaltaisia aiheita uudella tavalla, naistenlehdet saattavatkin ylläpitää stereotypiaa siitä, että naisjohtaja on heikompi kuin miesjohtaja ja alisteisessa suhteessa tähän. (vrt. Ryhänen 2012).

Shore (2012: 144) puolestaan mukailee Hallidayta vertaamalla kielisysteemin ja tekstin suhdetta ilmastoon ja säätilaan: kielisysteemi muuttuu ilmaston tapaan hyvin hitaasti ajan mittaan, mutta tekstit ovat tietyssä hetkessä syntyviä ilmiöitä kuten säätilakin. Olemassa oleva kielisysteemi vaikuttaa kaikkien tekstien syntyyn, mutta myös yksittäiset tekstit vaikuttavat systeemiin muokaten ja uudistaen sitä. Sama pätee diskursseihin: tekstit ovat diskurssin osia ja valtdiskurssit vaikuttavat siihen, miten ja millaisia tekstejä syntyy, mutta tekstitkin voivat ajan kanssa muuttaa diskursseja. Palatakseni aiempaan esimerkkiin naisjohtajista voidaan ajatella, että naisjohtajia esitetään vielä toistaiseksi melko homogeenista kuvaa – kuten Ryhänenkin (2012) on todennut, naisjohtaja ei vielääkään ole aivan ”lunastanut” paikkaansa yhteiskunnasta, mistä kertonee sukupuolen ilmaiseva etuliite *johtaja*-sanalla edellä. Viidenkymmenen vuoden kuluttua kirjoitusten ja puheen sävy saattaa olla jo hyvin toisenlainen, kun naisten näkeminen johtajana yleistyy ja normalisoituu.

Tässä työssä tutkimusaineisto on laaja ja kattaa lukuisia genrejä. Ei liene mielekästä tarkastella Olivian vuosikerran työartikkeleita vain sanastotasolla, sillä pelkän sanaston analysointi ei aina nosta esiin laajempaa kontekstia ja kaikkia merkityksiä. Kuitenkin on hyvä kiinnittää huomiota siihen, käytetäänkö Olivian jutuissa transitiivi- tai intransitiivimuotoisia lauseita, aktiivi- vai passiivimuotoa, aina silloin kun se on analyysin kannalta tuloksellista.

Geen mukaan (2011: 9) kielen tarkasteleminen sen käyttötilanteissa voi auttaa löytämään erilaisia puhumisen, tekemisen ja olemisen tapoja. Diskurssianalyysin voikin asettaa jatkumolle sen suhteen, mihin keskusteluun tutkimus haluaa osallistua ja keille tutkimus on ensisijaisesti suunnattu. Jatkumon toisessa päässä on kriittinen ja toisessa analyyttinen diskurssianalyysi. Nämä kaksi ääripäätä erottaa toisistaan se, että kriittisessä diskurssianalyysissä on yleensä oletus jo(ide)nkin alistussuhte(id)en olemassaolosta ja analyyttinen pyrkii tiukkaan aineistolähteisyyteen tekemättä tulkintoja tai oletuksia ennen aineiston analyysiä. Ääripäät eivät kuitenkaan sulje toisiaan pois, vaan kriittinen tutkimus voi myös nostaa esille etukäteen muodostettujen hypoteesien vastaisia tuloksia ja analyyttinen tutkimus voi päättyä kriittiseksi puheenvuoroksi. (Jokinen et.al. 1999: 86–87.)

Gee määrittelee diskurssintutkimuksen ääripäät sen mukaan, miten tuloksia halutaan käyttää. Analyyttinen diskurssianalyysi tavoittelee vain kielen perusteellista kuvaamista, jotta sitä voisi parhaiten ymmärtää. Analyyttinen tutkija ei vaadi tuloksiltaan käytännön sovelluksia, mutta kriittinen diskurssintutkija taas pyrkii puhuttelemaan ja muuttamaan sosiaalisia tai poliittisia ongelmia ja ristiriitoja soveltaen tutkimushavaintojaan. (Gee 2011: 9.)

Tutkimukselleni hedelmällisin lähestymistapa on diskurssianalyysi, joka on jossain analyyttisen ja kriittisen tutkimuksen välimaastossa. Arja Jokinen ja Kirsi Juhila (1999: 55) kirjoittavat neljästä diskurssintutkimuksen jatkumosta, joista yksi on kriittisen ja analyyttisen diskurssianalyysin jatkumo. Muut jatkumot käsittelevät tilanteisuutta ja kulttuurisuutta, merkityksiä ja merkitysten tuottamista sekä retorisuutta ja responsiivisuutta.

Tilanteisuuden ja kulttuurisuuden jatkumo tarkoittaa, että merkitykset eivät ole irrallaan kulttuuriyhteyksistään: jokainen tilanne on aina osa jotakin suurempaa kulttuurista käyttöyhteyttä. Kulttuuri luo analyysille kehykset, mutta aineistosta on silti analysoitava vain sitä, mikä siitä itsestään nousee esiin. (Jokinen & Juhila 1999: 62.) Kulttuurisuus on Jokisen ja Juhilan mukaan (mt. 56–57) hyvä jättää pois analysointivaiheessa ja ottaa se uudelleen käsittelyyn loppupäätelmiä tehtäessä. Näin aineistoa tarkastellaan omassa tilannekontekstissaan, ja sen voi myöhemmin liittää osaksi laajempaa kulttuurista merkitystä.



Haasteena tutkijalle onkin irrottautua jo tuntemastaan kulttuurikontekstista, ja yrittää analyysivaiheessa olla tekemättä tulkintoja teksteistä olemassa olevan tietämyksensä pohjalta. Oliviaa tutkitessa voidaankin hyvin analysoida työelämäartikkeleita omassa kontekstissaan, naisten aikakauslehtien artikkeleina ja viihteellisenä mediasisältönä. Päättövaiheessa artikkelit voidaan suhteuttaa osaksi laajempaa kokonaisuutta, jossa naistenlehdet ovat osa päivittäistä arkea ja puheenaiheita, sekä pohtia, miten Oliviasta nousseet diskurssit suhteutuvat muuhun työelämästä käytyyn keskusteluun.

Merkityksiä ja merkitysten tuottamisen tapoja tarkasteltaessa tutkimuksen erot löytyvät aineistolle esitettävistä kysymyksistä. Merkitysten tutkija kysyy aineistolta, millaisia merkityksiä puheessa ja teksteissä tuotetaan, merkitysten tuottamista tutkittaessa kysytään, millaiset kielelliset keinot näitä merkityksiä tuottavat. (Jokinen & Juhila 1999: 66.) Oliviasta voi tutkia näitä molempia: merkityksiä tutkittaessa voidaan tarkastella, millaisena työelämä kuvataan tai millaisia identiteettejä teksteissä kuvatut henkilöt saavat. Merkitysten tuottamisen tapoja voidaan tutkia, miten Olivian artikkelien luomat merkitykset keskustelevat keskenään tai onko niiden välillä ristiriitoja.

Retorisuus ja responsiivisuus tarkastelevat molemmat tekstien vuorovaikutuksellisuutta ja vaikuttavuutta, mutta responsiivisuus pyrkii vaikutuksen tekemiseen heti ja tarkoitus on rakentaa merkityksiä yhteisessä vuorovaikutuksessa. Retorisuus pyrkii myös vaikuttamiseen, mutta ilman keskustelua ja neuvotteluja esimerkiksi suostuttelun ja vakuuttamisen keinoin. (Jokinen & Juhila 1999: 77.) Olivian analysointi tällä jatkumolla painottuisi lähinnä retorisuuteen, sillä lehtitekstin kanssa vuoropuhelun käyminen onnistuu lähinnä mielipidetekstein – artikkelit pyrkivät vaikuttamaan lukijaan heti lukutilanteessa esimerkiksi hyvin argumentein.

Kriittisyyden ja analyttisyyden jatkumo perustuu keskusteluun, johon tutkimus haluaa osallistua. Kriittinen diskurssintutkija tarkastelee oletettujen alistussuhteiden olemassaoloa ja sitä, miten näitä suhteita ylläpidetään tai oikeutetaan. Analyttinen tutkija puolestaan suhtautuu aineistoon avoimesti, ottamatta kantaa olemassa oleviin tai oletettuihin valtasuhteisiin. (Jokinen & Juhila 1999: 86.) Lähtökohtani tutkimuksessa on tarkastella aineistoa mahdollisimman ennakkoluulottomasti, mutta mikäli huomio kiinnittyy vaikkapa johonkin tekstissä näkyvään valtasuhteeseen, nostan sen esiin. Joissain tapauksissa pohdin, miten jonkin yksittäisen sanan vaihtaminen toiseksi muuttaisi lauseen merkitystä.

## 2.2 Naistenlehdet ja naisen asema

Naistenlehden genre on Maija Töyryn (2008: 26–27) mukaan vaikeasti määriteltävä ja epäselvä. Vaikka naistenlehtiä on tutkittu jo useita vuosikymmeniä ja genreen kuulumisen kriteereitä on

määritelty yhtä kauan, naistenlehti ei silti ole kovin spesifi genre eli lajityyppi. Töyry onkin itse kehittänyt naistenlehtien tutkimukseen konseptianalyysitaulukon (Töyry 2008: 23), jonka avulla voidaan tunnistaa muitakin lehden piirteitä kuin genre, kuten lehden kirjallinen päätyyli tai lukijan puhuttelun tapa (mt. 27). Naistenlehtitutkimusta ovat tehneet esimerkiksi Koskela (2002), Ruoho ja Saarenmaa (2011) ja Kriikku (2015).

Anna Gough-Yates sanoo (2003: 6), että naistenlehtiä on yritetty ymmärtää ja tutkia esimerkiksi tekstuaaliselta, ideologiselta ja kuluttajan näkökulman kannalta. Myös niiden tuottamisolojen tarkastelu on joidenkin tutkijoiden mukaan paras lähestymisnäkökulma. Useimmat naistenlehtitutkimukset ovat feminististen media-alan oppineiden tekemiä, ja heidän tutkimustulostensa mukaan media osallistuu sukupuolierojen ja epätasa-arvon vahvistamiseen (Gough-Yates 2003: 7). Töyry on tutkinut naistenlehtien sukupuolisopimusta, ja 1700-luvulta nykypäivään asti naistenlehti onkin puhutellut lukijaansa ensin isällisen ohjaavasti, sitten äidillisesti, sisarellisesti ja lopulta kuin ystävältä ystävälle (Töyry 2008: 28). Naistenlehdillä onkin keskeinen asema siinä, miten sukupuolirooleja tunnistetaan, vahvistetaan ja puretaan, mutta tavallisesti vain feministiset lehdet keskittyvät purkamaan olemassa-olevia rooleja ja muut lehdet lähinnä vahvistavat perinteisiä käsityksiä (mt. 28–29).

Ruoho ja Saarenmaa määrittelevät naistenlehdet sekä journalistiseksi työksi että areenana, jossa tietyt yhteiskunnan ja kulttuurin toimijat pääsevät näkyviin ja kuuluviin. Tutkimuksessaan Ruoho ja Saarenmaa haastattelivat naistenlehtien toimittajia selvittääkseen, miten he näkevät sijoittuvansa journalismin kentälle ja miten he näkevät tekemänsä tuotteen. Lisäksi tutkimuksessa perehdyttiin kolmen eri naistenlehden vuosikertaan viideltä eri vuosikymmeneltä, jotta voitaisiin parhaiten hahmottaa näiden lehtien (Kotiliesi, Eeva ja McNaiset) sisällöllinen kehitys 1960-luvulta nykypäivään. Lehdistä tutkittiin, millaisille aiheille ja henkilöille annettiin tilaa ja miten nuo aiheet toistuivat. (Ruoho ja Saarenmaa 2011: 9, 12.)

Kati Kauppinen tutkimuksessa (2013: 83) tarkastellaan, miten jälkifeministinen ja uusliberalistinen tutkimusote yhdistyvät saksankielisen Cosmopolitan-lehden artikkeleissa. Kauppinen määrittelee omassa tutkimuksessaan esitellyn diskurssin ”postfeministiseksi itsehallinnaksi” (*postfeminist selfmanagement*), joka näkyy lehden keskeisissä teemoissa, työtä ja seksiä käsittelevissä jutuissa (Kauppinen 2013: 83).

Jälkifeminismin ”mantrana” on, että naisilla on viimein oikeus omaan elämäänsä ja mahdollisuus ”saada kaikki”. Siinä missä feministiliikkeen suurimmat tavoitteet olivat saavuttaa oikeus koulutukseen, päästä osalliseksi työelämään ja saada turvallisia ehkäisykeinoja, jälkifeminismi katsoo nämä tavoitteet saavutetuiksi ja feminismin täyttäneen tarkoituksensa. Feministisistä ajatuksista on

tullut osa tervejäristä ajattelua, ja ajatukset kuten voimaantuminen ja naisten menestymisen esille-tuonti ovat nykyisen jälkifeminismin tunnuspiirteitä. (Kauppinen 2013: 84.)

Kauppinen tutkimuksessa uusliberalismi on Foucaultia mukaillen hallinnallisuutta, ja tarkastelee hallinnan käytäntöjä, 'conduct of conduct'. Tämä tarkoittaa, että hallinnon vallankäyttö ei enää ole alistavaa ja keskitettyä, vaan hallinto valjastaa yksilöiden taitoja ja kapasiteettia ja käyttää niitä hyväkseen. Hallinnallisuus tähtää siis siihen, että yhteiskunnan jäsenistä saataisiin esiin yrittäjyyttä ja kyky elättää itsensä: noita kykyjä on herätettävä kehottamalla esimerkiksi energisyyteen, aloitteellisuuteen, kunnianhimoon ja laskelmointiin (Kauppinen 2013: 85–86). Fairclough määrittelee hallinnallisuuden sellaiseksi toiminnaksi, jossa instituutio tai organisaatio tähtää sosiaalisten käytäntöjen hallintaan tai säätelyyn – esimerkiksi siis siihen, että aikakauslehti nostaa esiin yrittäjyyttä, aloitteellisuutta ja kunnianhimoa jutuissaan (Fairclough 2003: 32, 217). Esimerkiksi aikakauslehdet voivat vaikuttaa siihen, millaisia henkilöitä ja ilmiöitä nostetaan esiin ja millaisessa valossa, millaiseen sävyyn heistä kirjoitetaan ja keitä ja mitä jätetään lehden sivuilta pois. Hallinnallisuuden tapoihin liittyvät kiinteästi myös genret, sillä ”ne ylläpitävät nyky-yhteiskunnan institutionaalista rakennetta” (Fairclough 2003: 32). Aikakauslehti onkin hyvä esimerkki ”promotionaalisesta genrestä”, sillä sen tehtävä tekstilajina on myydä tuotteita, brändejä ja tietyllä tavalla myös yksilöitä, vaikkapa julkisuuden henkilöitä idoleiksi (ja samalla tietenkin näiden henkilöiden tuotteita) tai tavallisia yksityishenkilöitä tarinoineen samaistumiskohteiksi (vrt. Fairclough 2003: 32).

Säätely ei myöskään ole enää suoraan hallinnon tehtävä. Kauppinen artikkelissa esimerkkinä on kodin puhtaus ja kehon terveys. Byrokraattiset tarkastukset ja ylhäältä päin tulevat ohjeet eivät enää sääntele näitä, vaan nyky-yhteiskunnassa oletetaan ihmisten haluavan olla terveitä ja ohjataan heitä parhaisiin tapoihin pitää terveyttä yllä. (Kauppinen 2013: 86.) Sama pätee muunlaisiin implisiittisiin arvoihin: Suomessa ihmisten oletetaan esimerkiksi kouluttautuvan hyvin ja mahdollisuuksiensa mukaan hakeutumaan koulutustaan vastaavalle alalle töihin. Fairclough (2003: 33–34) sanoo genrejen luovan ja ylläpitävän sekä rakenteellisia suhteita esimerkiksi liike-elämän ja koulutuksen välillä että mittakaavallisia suhteita paikallisen ja kansallisen tai jopa kansainvälisen välillä. Esimerkiksi työelämän tilastolukuja esittelevä lehtiartikkeli voi nostaa esiin tutkimustuloksia kotimaisista yliopistoista ja yhdistää näin akateemisen tutkimusgenren ja viihteellisen aikakauslehtigenren. Samoin paikallisesta, pienestä yrityksestä voi lehtiartikkelin avulla tulla koko Suomen tuntema firma.

Gough-Yatesin mukaan (2003: 38) aikakauslehtien puhuttelutapa osoittautui menestyksekkääksi, koska se onnistui tavoittamaan juuri sen naisten vähemmistön, joka ”nautti mukavuuskulttuurin hedelmistä”. Näin muodostui yhteisö, joka puhutteli yleisöään aivan erityisillä tavoilla – toisaalta

samalla syntyi vastakkainen yhteisö ”Ne Toiset”, jotka olivat tämän aikakauslehtiyleisön ulkopuolella (mt. 38). Myös Olivia sanoo kohderyhmäänsä kuuluvan sellaisia naisia, jotka ovat kiinnostuneet ”eettisyydestä ja materialismista” (Idealista 2016a), eli mukavuuskulttuuri kuuluu myös Olivian yleisön elämään. Olivian näkökulma on ”sekä-että”, eli lukijat ovat mediakortin mukaan kiinnostuneita vastakkaisista arvoista yhtä aikaa, ei siis välttämättä niin, että suljetaan ”ääriryhmät” (vaikkapa äärimmäisen materialistiset tai eettisyyden puolestapuhujiin) Niihin Toisiin ja kohderyhmän ulkopuolelle. Vaikka Gough-Yatesin näkökulma on feministinen ja hän puhuu yleisöistä, jotka ovat muodostuneet feminiinisyyden ja sen eri muotojen ympärille, ilmiö on sama kuin missä tahansa yleisön muodostumisessa.

Kunelius käyttää ”yleisö”-termin rinnalla uudissanaa ”julkiso”. Siinä missä yleisöön kuuluvat ihmiset ovat passiivisemmassa roolissa pelkkänä *audiencena*, tiedon vastaanottavana massana, julkiso on aktiivinen ja toimintaan kykenevä ja siihen osallistuva *public*. Yleisön voi myös julkisoa suuremmaksi kokonaisuudeksi, esimerkiksi Olivia-lehti on kaikkien suomen kieltä osaavien vapaasti luettavissa. Kuitenkin julkiso on se joukko ihmisiä, jotka kuuluvat yhteen tietyn alakulttuurin tai ryhmän edustajina, Olivian tapauksessa tiettyyn ikäryhmään ja tietyn koulutustaustan saaneisiin henkilöihin (jotka kaikki osaavat suomea). (Kunelius 2009: 132–133.)

Kunelius (2009: 133) sanoo myös julkison muodostuvan silloin, kun yleisö kiinnostuu omaan elinpiiriinsä liittyvistä asioista. Olivia on keskittynyt aiheisiin, joista olettaa oman yleisönsä olevan kiinnostunut, eli työelämästä sekä muista mediakortin mainitsemista asioista. Näin julkison piirissä syntyy keskustelua, josta muodostuu juuri tuon julkison jäsenten muovaama *julkinen mielipide*. Kuneliuksen mukaan tämä poikkeaa *yleisestä mielipiteestä* siten, että yleinen mielipide muodostuu yksittäisistä, jotka on saatu esimerkiksi mielipidekyselyiden avulla ja koottu yhdeksi yleistykseksi (mt. 133). Esimerkiksi koko Suomen laajuinen mielipidekysely työelämästä hyvine ja huonoine puolineen voisi tuottaa varsin erilaisia tuloksia kuin Olivian julkisolle teetetty kysely samasta aiheesta: otos on huomattavasti pienempi ja yksipuolisempi niin ikä-, koulutus- kuin sukupuolitaustaltaan.

Anna Gough-Yates on tarkastellut 1980-luvun brittiläisiä naistenlehtiä, joiden kohderyhmänä olivat työelämässä olevat, itsenäiset ja omavaraiset naiset. Erityisen huomion Gough-Yates kohdistaa IPC-kustantamon *Options*- ja *Working Woman* -lehtiin. Nämä julkaisut jäivät kuitenkin lyhytikäisiksi, eivätkä aivan tavoittaneet toivottua kohderyhmääkään. Kuten Gough-Yates muotoilee, lehti, joka keskittyy tavallisesti tylsään ja epämiellyttävään työmaailmaan on riskialtis yritys lehtimaailmassa, jossa realismi on lähes ”julistettu pannaan” viihteen ja mielihyvän ympäristössä. (Gough-Yates 2003: 94; ks. myös s. 85–93.)

Englantilaiset naistenlehdet 1980-luvun lopulta pyrkivätkin siihen, etteivät vetoaisi nuoriin naisiin työssäkäyvinä naisina mediassa, joka assosioitui fantasiaan ja mielihyvään (Gough-Yates 2003: 95–96). Toisaalta Linda McDowellin tutkimus 1980-luvun lopun Lontoon Cityssä työskentelevistä kertoo hieman erilaisen version työn ja vapaa-ajan yhdistämisestä. Haastatteleamalla investointipankkien työntekijöitä kävi ilmi, että perinteiset erottelut työn ja huvin välillä olivat jossain määrin hämartyneet eikä työtä nähty enää pelkästään velvollisuutena. Cityn fyysinen työympäristö muuttui myös tukemaan tätä asennetta, ja toimistorakennuksiin ilmestyi esimerkiksi pieniä puistoja ja kahviloita. (Gough-Yates 2003: 129–130.) Toisin sanoen, naistenlehtiin ei ehkä toivottu voimakasta työelämäpainotusta, mutta se ei tarkoittanut, etteivätkö työssäkäyvät ”bisnesnaiset” olisi nauttineet työstään.

Kauppisen tutkimuksessa (2013: 95–96) puolestaan havaittiin, että jälkifeministisen itsehallinnan diskurssi, joka saksankielisessä *Cosmopolitanissa* näkyy, on yhteyksissä sekä feministisiin että hallinnan diskursseihin. Toisaalta kunnianhimoisuuden korostaminen naisten työelämässä on voimaannuttavaa, ja se liittyy kontrolliin, osaamiseen ja toimijuuteen. Toisaalta *Cosmopolitan*-artikkeleissa kehoitetaan tyytymään vain maksimaaliseen menestykseen ja rohkaistaan tavoittelemaan ”täydellistä täydellisyyttä” (‘complete perfection’), ja tämä taas viittaa hallinnan diskurssiin. Siten onnellisen naisen odotetaan koko ajan parantavan itseään, omaa persoonaansa ja elämäntyyliään ja ”itseä” pyritään rationalisoimaan.

Suomenkielistä *Cosmopolitania* on puolestaan tutkinut Marja-Riikka Koskela jo vuonna 2002. Kuten tässä tutkimuksessa, Koskela tarkasteli *Cosmopolitanin* työtä ja opiskelua käsitteleviä juttuja ja niiden diskursseja. Koskela vertaili myös sitä, miten amerikkalaisista jutuista käännetty versiot ja suomalaisten toimittajien kirjoittamat työelämäjutut erosivat toisistaan. Suomessa on tyypillistä, että naispuoliset työntekijät voivat olla hyvän työpaikan ja työssätoiminnan asiantuntijoita ja esikuvia siinä missä amerikkalaisissa *Cosmopolitaneissa* tavalliset naiset esittelevät usein työhön liittyviä ongelmiaan. Siten lehdessä esitelty suomalaisnaiset jäävät lukijalle etäisemmiksi kuin arkisemmat amerikkalaiset. (Koskela 2002.)

Olivian mediakortissa kerrotaan, että Olivia on ”koulutettujen kaupunkilaisten kolmekymppisten naisten suorapuheinen lehti”. Lukijat ovat myös laatu tietoisia ja ovat kiinnostuneita niin urasta ja äitiydestä, vallasta ja viehätysvoimasta kuin eettisyydestä ja materialismistakin. (Idealista 2016a.) Materialismi näkyy esimerkiksi muotisivuilla, joissa vaatteet ovat suomalaista designia tai ulkomaisia high-end brandeja. Urapainotus taas näkyy aineistoni alkuperäisestä koosta: 28 työhön ja työelämään liittyvää juttua 12 numerossa kertoo siitä, että Olivia todella painottaa paljon työelämän sisällöistä kertomiseen. Vertailun vuoksi äitiyteen ja perhe-elämään liittyviä juttuja oli samoissa 12 numerossa

8 kappaletta, ja näistä viisi käsitteli toimittajan tai haastateltavien suhdetta omiin vanhempiinsa, ei siis toimittajan tai haastateltavan suhdetta lapsiin. Tämä onkin erikoista, sillä mediakortissa sanotaan Olivian kohderyhmän olevan kiinnostunut ”ristiriitaisista asioista, kuten urasta ja äitiydestä” (Idealista 2006a). Suhdeluku työ- ja perhe-elämää käsittelevien juttujen välillä on melko suuri.

Tässä tutkimuksessa on tärkeää ymmärtää, millainen naisille suunnattu aikakauslehti on ja millaisia tekstilajeja se sisältää. Kuten aiemmin mainittu, Töyryn ja monen muun tutkijan mukaan naistenlehden genreä on hankala määritellä, sillä pelkkä lajityyppi ei kerro lehdestä kaikkea. Siksi voisi olla hedelmällistä tarkastella Oliviaa Töyryn konseptianalyysin valossa (Töyry 2008: 23). Pelkkä lehden sisältö ei siis riitä analyysin kohteeksi, vaan on pidettävä mielessä myös lehden toimituksen tekemät valinnat: miksi juuri nämä aiheet on valittu Oliviaan, miksi haastateltavina ovat nämä henkilöt ja miksi jotkut toiset on jätetty pois? Miten lukijaa puhutellaan, millaisia tekstityyppejä lehdessä esiintyy? Myös materiaaliset valinnat ja taloudelliset seikat vaikuttavat lehden konseptiin. Olivia esimerkiksi on suunnattu koulutetuille, kaupunkilaisille ja laatu tietoisille naisille, jotka ovat myös materialisteja (Idealista 2016a) – tämä näkyy Olivian jutuissa kalliina tuotteina niin mainossivuilla kuin muotiartikkeleissa. Mainostilan ostajat sijoittavat jopa kymmeniä tuhansia euroja muutaman aukeaman mainostilasta (vrt. Bonnier Magazines 2013), ja tällöin taloudelliset seikat ohjaavat sitä, mitä lehden sivuilla myös esitellään.

Eri naistenlehdet voivat representoida naiseutta monella eri tavalla ja erilaisista lähtökohdista, ja tutkijan on syytä perehtyä aineistoonsa hyvin ja nähdä sen taustalla olevia arvoja ja implikaatioita. Esimerkiksi Kauppisen (2013) tutkimuskohteena oleva *Cosmopolitan*-lehti nojaa feministiseen diskurssiin: nainen nähdään seksiobjektin sijaan tahtovana ja aktiivisena seksuaalisena subjektina, ja työelämässä nainen on esimerkiksi kunnianhimoinen ja parempaan pyrkivä. Aineistoja ei kuitenkaan ole mahdollista lukea ”puhtaasti” ilman omia aiempia tietoja, sosiaalista ja kulttuurista taustaa sekä toisissa konteksteissa tuotettujen diskursiivisten materiaalien tuntemusta. Lehdetkin ovat aina osa lehdistöä, ja niitä on syytä analysoida sekä toimituksen että lukijan näkökulmasta: millaisen lukijan tarpeisiin lehti haluaa vastata ja miten hyvin nämä tavoitteet lukijan mielestä toteutuvat. (Jokinen et.al. 1999: 228; Töyry 2008: 23.)

### 3 AINEISTO, MENETELMÄ JA TUTKIMUSKYSYMYKSET

#### 3.1 Menetelmä ja tutkimuskysymys

Olivian artikkeleista voi analysoida sitä, mitä merkityksellistetään ja millaisten sanavalintojen avulla, millaisia identiteettejä lukija saa, millainen suhde tekstillä ja lukijalla on, millaista kuvaa esimerkiksi normaaliudesta ja arvokkaasta tekstit välittävät ja miten Olivian tekstit yhdistyvät toisiinsa sekä muihin aikakauslehtiin. Tutkimuskysymyksenä on: Millaisia diskursseja Olivian työelämäjutuissa on?

Kirsi Juhila kirjoittaa tutkijan positioista aineistoonsa sekä tutkijan kolmesta eri tavasta lähestyä tutkimusaineistoa. Tutkimus on vuorovaikutuksessa kolmeen eri tahoon: tutkimusaineistoon, aiempaan tutkimukseen aiheesta sekä uuden tutkimuksen yleisöön. Lisäksi tutkija voi ottaa joko analyytikön, asianajajan tai tulkitsijan roolin ja tämä määrittää, miten tutkija lähestyy ja analysoi tutkimusaineistoaan. (Juhila 1999: 201–202.) Analyytikko tutkii aineistoa ilman mitään ennakkotietoja tai -oletuksia, antaen aineiston itse tuottaa selityksensä. Tällainen tutkijan rooli on mahdollinen esimerkiksi etnometodologisessa tutkimuksessa. Asianajaja puolestaan pohtii aktiivisesti, miten kielelliset toimijat voisivat toimia toisin, jotta todellisuus rakentuisi erilaiseksi, toisin sanoen asianajajan tehtävä on kritisoida jo olemassa olevaa esitystä. Tulkitsijan tehtävä on tulkita aineistoa lukuisilla eri tavoilla, aineistolähtöisesti mutta valitsemiensa lähestymistapojen kautta, jotta aineistosta saataisiin mahdollisimman monipuolisia tulkintoja (mt. 203, 207–208, 212–213.)

Eri tutkijanroolit eivät aina sovi yhteen, vaan ne herättävät paljon keskustelua ja väittelyitä tutkijoiden kesken. Analyytikoita esimerkiksi kritisoidaan liiasta eksplikoimattomuudesta, eikä analyytikko joidenkin tutkijoiden mukaan huomioi sitä, että hän on tutkimuksensa kanssa myös osa vuorovaikutusta ja aiheesta käytävää keskustelua. Asianajaja taas ei näe tulkitsijan työssä poliittista hyötyä, ja tulkitsijoita taas kritisoidaan liiallisesta vallasta analysoituihin teksteihin ja keskusteluihin nähden. Neljäs tutkijan positio, keskustelija, voi kuitenkin ottaa minkä tahansa näistä rooleista ja tuoda tutkimustuloksensa julkiseen keskusteluun ja sen lukuisille eri areenoille. (Juhila 1999: 228–229.)

Kuten sanottu, diskurssianalyysi jostakin kriittisen ja analyttisen väliltä on hedelmällisin lähestymistapa: en pyri arvioimaan Oliiviasa käytettyjä diskursseja sen perusteella, ovatko ne sopivia vai sopimattomia tai suhteuttamaan niitä omiin taustaoletuksiini, vaan tarkastelemaan tekstejä irrallaan ennakkotiedoistani. Toisaalta pohdin, miten käytetyt sanavalinnat muuttavat joidenkin lauseiden sävyä tai mitä lauseet yrittävät lukijalle implisiittisesti viestittää – ja mikä muuttuisi, jos jokin sana muutettaisiin toiseksi. Koen myös ottavani keskustelijan position, sillä tulkintani ovat avoimia kritiikille ja toisenlaisille tarkasteluille on aina tilaa.

### **3.2 Diskurssianalyysi menetelmänä**

Tässä tutkimuksessa ei pyritä löytämään objektiivisia faktoja, kuten ei diskurssianalyysissä yleensä: tavoitteena on löytää teksteille yksi mahdollinen tulkinta. Kuten Fairclough (2003: 14–15) muistuttaa, objektiivista analyysia ei ole olemassakaan. Diskurssien löytäminen ei ole olemassa olevan osoittamista, sillä ihmisillä on vain rajallinen käsitys ja ymmärrys todellisuudesta. Myös Gee (2011: 122) muistuttaa, että kenelläkään ei ole mahdollisuutta ymmärtää maailmaa sellaisenaan, vaan kaikki ihmisten luomat merkitykset ovat tulkintaa. Diskurssianalyysi puolestaan on tulkintaa noista maailman tulkinnoista. Vaikka tutkimuskysymykset nousevatkin rajatusta näkemyksestä todellisuudesta, se ei vähennä sosiaalisen tieteen arvoa.

Tärkeää diskurssianalyysissä on myös muistaa, että se ei ole koskaan valmis. Analyysia voi aina syventää ottamalla siihen yhä lisää näkökulmia, tutkijan positioita ja vaihtamalla fokusta toisiin tekstin piirteisiin, ja tulokset voivat muuttua ja näyttäytyä erilaisessa valossa. Gee (2011: 122) muistuttaa, että analyysit ovat aina avoimia keskustelulle ja niissä on muutosvaraa tuon keskustelun ja neuvottelujen myötä. Mikäli naistenlehtiä tarkasteltaisiin vaikkapa talousdiskurssien tai ihmissuhde-diskurssien näkökulmasta, lehden tarkoitus ja sävy voisi olla hyvin erilainen. Kaikkia diskursseja ei ehkä ole mahdollistakaan löytää, ja jokainen diskurssintutkija voi havaita erilaisia piirteitä teksteistä, vaikka menetelmälliset lähtökohdat olisivatkin samat. Geen mukaan väitteet ja hypoteesit ovat diskurssianalyysin idea ja pohja (mt. 122).



Diskursseja analysoidessa tutkijan tulisi irrottautua aiemmasta tietämyksestään niin hyvin kuin mahdollista. Tuttua aineistoa tutkittaessa haasteena onkin, pystyykö tutkija suhtautumaan aineistoon objektiivisesti (tai niin objektiivisesti kuin se on mahdollista), antamatta henkilökohtaisten asenteidensa ja tietojensa vaikuttaa tuloksiin. Olivia-lehti on minulle tuttu julkaisu, ja olen lukenut kaikki 2013 numerot jo kauan ennen tutkimuksenteon aloittamista. Suhtautuminen teksteihin on mielestäni tärkeä erottava tekijä siinä, kuinka tutkija pystyy ”irrottamaan” itsensä kulttuurisesta tietämyksestään. Viihdelukijana luen aikakauslehtiä eri tavalla kuin tutkijana, ja etsin tekstistä aivan erilaisia sisältöjä ja merkityksiä diskursseja tarkastellessani.

### 3.3 Aineisto

Olivia-lehti ilmestyi ensimmäistä kertaa helmikuussa 2007 pohjoismaisen Bonnier Publicationsin ensimmäisenä suomalaisena lehtituotteena. Olivia lanseerattiin vastapainoksi Trendille, joka on A-lehtien julkaisu: lehdet kilpailivat osittain samoista lukijoista, mutta Trendin kohderyhmä on alle 30-vuotiaat ja Olivian lukijat laveasti määriteltynä 28–42-vuotiaat. Olivia on syntynyt tarpeesta tehdä aikuisille naisille oma lehti sen sijaan, että kolmekymppiset lukisivat naisten yleislehtiä. Olivian ensimmäinen päätoimittaja Niina Leino määritteli lukijakunnaksi sellaisessa elämänvaiheessa olevat naiset, jotka tekevät tärkeimmät valintansa kuten perheen perustamisen, asunnon ostamisen ja uran rakentamisen. (Vasala 2006.)

Ennen ilmestymistään Olivia tähtäsi ”johtavaksi pukeutumisen ja tyylin julkaisuksi” ja juttujen oli määrä panostaa muotiin sekä artikkeleihin, jotka keskittyisivät ”suhteisiin, identiteettiin, perheeseen ja työssäetenemiseen” (Vasala 2006). Olivian lukijamäärä puolestaan oli 117 000 syksyllä 2012 ja keväällä 2013 toteutettujen Kansallisen mediatutkimuksen selvitysten mukaan. Näistä lukijoista 112 000 oli naisia ja 5000 miehiä, levikki taas lähes 43 000. (Bonnier Magazines 2013.) Olivia-lehden painaminen lopetettiin kesällä 2015. Lehden tekoa ja julkaisemista kuitenkin jatketaan vielä tämän tutkimuksen kirjoitushetkelläkin verkossa, mutta kevästä 2016 julkaisualustana on toiminut elämysmedia Idealista, joka yhdistää Allerin lifestyle-brändien (ml. Olivia) verkkosisällöt (Idealista 2016b).

Vuosikerrassa 2013 Olivian numerot olivat keskimäärin 155-sivuisia. Jokainen numero sisältää juttuja muodista ja kauneudesta, ruokaohjeita yläotsikolla ”Täydellinen ohje” ja ruuanlaiton ammatilaisen vinkkejä kyseisen ohjeen tekemiseen, ihmissuhteista ja perheestä useimmiten jonkin ongelman tai kriisin kautta kerrottuna (esim. häiden peruminen viime hetkellä tai muistisairaana isän omaishoitajaksi päätyminen) sekä henkilökuvajutun jostakin julkisuuden henkilöstä. Viidessä numerossa esitellään myös mielenkiintoinen matkakohde, joista neljä sijaitsee Euroopassa (Islanti,

Viro, Venäjä ja Tanska) ja viides keskittyy Barbadosen ja Saint Lucian saarivaltioihin. Jutut esittelevät ns. vaihtoehtomatkailua. Vain Tanskasta kertova juttu (Olivia 2/13) sijoittuu pääkaupunkiin, muut matkakohteet ovat esimerkiksi virolainen kansallispuisto Lahemaa (Olivia 10/13) ja Pietarin ekomatkakohteet (Olivia 4/13). Myös mentoriohjelma oli keskeinen osa Olivian sisältöjä vuonna 2013.

Aineistoni koostuu 28 Olivian artikkelista, jotka kuvaavat työelämää. Artikkelit voi karkeasti jakaa kolmeen genreen: 1) yksikön ensimmäisessä persoonassa kirjoitetut toimittajan päiväkirjamaiset kuvaukset kokemuksista tai reportaasit, 2) yksikön ensimmäisessä persoonassa kirjoitetut, mielenkiintoista työtä tekevän henkilön työpäivän kuvaus, josta toimittaja on kokonaan häivytetty, ja 3) imperatiivissa kirjoitetut, lukijaa ohjeistavat tekstit (yleensä pukeutumisneuvoja sisältävät jutut).

Olivia oli vuonna 2013 kerran kuussa ilmestyvä aikakauslehti. Olivian mediakortti (Aller 2015) kertoo lehdestä näin:

Olivia löytää lukijoita haastavia näkökulmia ja puhuu vaikeistakin aiheista suoraan ja lässyttämättä. Rohkea asenne erottaa Olivian sen kilpailijoista. Olivian kohderyhmää ovat itsenäiset ja ajattelevat naiset, jotka haluavat pysyä ajan tasalla niin uusista ilmiöistä, viimeisimmistä trendeistä, erilaisista elämäntavoista kuin yhteiskunnallisista asioistakin.

Oliviassa esiintyviä juttutyppejä ovat pääkirjoitus, kolumni, henkilöhaastattelu, reportaasi, ruoka-ohjepalsta, kuvapainotteinen muotijuttu, sekä feature-artikkeli jostakin mielenkiintoisesta aiheesta, jonka toimittaja on usein kirjoittanut omasta näkökulmastaan. Aihepiireinä näissä genreissä ovat kauneus, muoti, ihmissuhteet, työ, mielenkiintoiset henkilöt, ruoka tai matkailu. Koko vuosikerran sisällöstä valikoin ne, joissa mainitaan jotenkin työssäkäynti tai työelämä. Näitä sisältöjä oli 38 kappaletta. Tämän jälkeen karsin pois jutut, joissa työelämä ei ollut jutun keskiössä, vaan painopiste oli esimerkiksi haastateltavan persoonassa. Jäljelle jäi 28 artikkelia, joita on tarkemmin avattu tässä tutkielmassa.

Työelämäjutuiksi laskin ne, jotka nimenomaan käsittelevät työelämää yleensä ja osa näistä on jopa työelämäjutulle varatulla palstalla. Tällaisia ovat esimerkiksi Hyvä homma- ja Mentorit-palstat. Oikeassa ammatissa -palstan jutut, joita oli vuosikerrassa 2013 kaksi kappaletta, kertoivat paperittomien klinikalla työskentelevästä lääkäri Heli Salmesta (Auttaja, 3/2013) ja luonnonkosmetiikkayritystä pitävästä Edem Agbekey-Taylorista (Ekovelho, 5/2013). Nähdäkseni palsta keskittyy pikemminkin henkilökuvaan ja tarinaan, kuin varsinaiseen työn kuvaukseen. Auttaja (Olivia 3/13: 52–54) kuvaa paljon sitä, miten Salmi on ”aina halunnut auttaa muita” ja mitä työ on hänelle antanut (oppia kulttuurieroista ja rohkeutta) ja jutussa on myös yleispätevämpi faktalaatikko otsikolla ”3 asiaa joita voit muuttaa”: siinä kerrotaan tasa-arvon vaatimisesta kaikille, rahan lahjoittamisesta pa-

perittomien klinikkaa ja ymmärryksen lisäämisestä. Ekovelho (Olivia 5/13: 50–52) puolestaan kertoo enemmän Agbekey-Taylorin taustasta ja lapsuudesta, miten hän kasvoi Ghanassa ja miten hän hoiti oman tyttärensä ihoa afrikkalaisilla saippuoilla ja sheavoilla, ja miten idea yritykseen syntyi tyttären neuvolakäyntien myötä. Tämän jutun faktalaatikon otsikko on ”3 neuvoa ulkomaille muuttavalle”. Jutut esittelevät kyllä naisten työtä ja heidät on valittu juttusarjaan työnsä vuoksi, mutta ne on jätetty pois tarkemman analyysin piiristä juttujen henkilökuvamaisuuden vuoksi.

Pitemmät artikkelit henkilöistä, jotka ovat tulleet uransa kautta tutuiksi, mutta jotka keskittyivät enemmän henkilön yksityiselämään ja ajatuksiin muustakin kuin pelkästä työstä, jätin pois. Tällaisia artikkeleita olivat esimerkiksi poliitikko Jutta Urpilaisesta (Joka viimeksi nauraa, Olivia 4/2013), muusikko Aino Vennasta (Määräaikaista, Olivia 8/2013), malli-muotiyrittäjä Janina Frysta (Janinan myöhemmät vaiheet, Olivia 10/2013) ja poliitikko Elisabeth Rehnistä (Elisabethin aika, Olivia 1/2013) kertovat jutut.

Muotijutuista karsintaa tein, jos sivulla on ollut merkintä ”Töihin ja juhlaan”, mutta ei eksplisiittisiä neuvoja, miten juuri kyseisen jutun vaatteet voi sovittaa työasuun. Esimerkiksi tammikuun numerossa Päivitä -palstan jutut ”Vuoroin vieraissa” (s. 53) ja ”Iholla” (s. 65) jäivät pois, sillä merkinnän ohella kuvateksteissä ei mainittu työpaikkaa, univormua, toimistoa tai muuta vastaavaa työhön viittaavaa mitenkään. Sitä vastoin Päivitä -palstan juttu ”Rouva Draper” (Olivia 2/2013: 65) on mukana aineistossa, sillä myös ingressi viittaa työhön mainitsemalla ”elegantin toimistotyölin”.

Marraskuun numeron pääkirjoitus ”Jokainen on kupla” (Olivia 11/13: 23) jäi aineistosta pois, vaikka kirjoituksen aihe, huijarisyndrooma, onkin usein myös työelämään yhdistetty ilmiö. Päätöittaja kuitenkin käsittelee omaa huijarisyndroomaansa vaihto-opiskelunsa kautta, eikä mainitse työelämää. Samoin joulukuun numeron ”Rakkaat kuulijani” (Olivia 12/13: 46–51) jäi tämän tutkimuksen analyysistä pois, sillä se kertoo presentaatioista ja esiintymistaidosta yleisemminkin kuin pelkän työelämän kannalta. Vaikka monilla työpaikoilla on tarpeen osata esiintyä ja pitää esitelmiä, jutussa puhutaan myös paljon itsevarmuudesta ja esitelmätekniikasta ja artikkelia voi soveltaa myös vaikkapa juhlapuheisiin tai opiskeluun liittyviin esitelmiin.

Tämän karsintaprosessin jälkeen jäljelle jäi yhteensä kahdeksan feature-artikkelia, kahdeksan muotijuttua, kuusi Hyvä homma -palstan juttua sekä kuusi mentoriohjelmajuttua. Feature-artikkelit on jaettu analyysissä eri alalukuihin, muut artikkelit käsitellään saman alaluvun sisällä.

Yhdessä numerossa on keskimäärin 155 sivua, josta mainoksia on keskimäärin 57,5 sivua (37,1 %) ja muu sisältö (62,9 %) toimituksen tuottamaa. Työelämään liittyviä juttuja on keskimäärin 6,5 sivua jokaisessa numerossa (4,19 %).

Olivia aloitti vuonna 2013 mentoriohjelman, jossa työhönsä tyytymättömiä lukijoita pyydettiin ilmoittautumaan mukaan mentoroitaviksi. Kuusi mentoria esiteltiin numerossa 1/2013, haku ohjelmaan käynnistyi numerossa 5/2013 ja mentorointiin mukaan päässeet esiteltiin numerossa 9/2013. Toukokuun numerossa ohjelmaa markkinoitiin näin:

Haaveiletko yrityksen perustamisesta? Haluaisitko vaihtaa alaa? Mietitkö, mitä työelämältä haluat? Ajatteletko, että voisit tehdä jotain ihan muuta, mutta et vielä tiedä, mitä? Toivotko ylennystä? (Olivia 5/2013: 27.)

Joulukuun numerossa (ilmestynyt 13.11.2013) mainostettiin 21.11. järjestettävää Olivian Mentorien iltaa (Olivia 12/2013: 144), jossa esittelyteksti oli lähes samanlainen kuin toukokuussa. Kuitenkin toukokuun numeron viimeinen kysymys *Toivotko ylennystä?* on joulukuun numerossa *Haluaisitko sinäkin mentorin?* Tämä kysymys antaakin ymmärtää, että Olivian mentoriohjelmaa on jatkettu vielä vuoden 2013 jälkeen uusien henkilöiden kanssa.

## 4 ANALYYSI

Olen löytänyt Oliviasta neljä päädiskurssia, joiden kautta työelämää käsitellään. Ensimmäisenä esittelen tyylin diskurssin, joka kertoo, miten töissä tulisi pukeutua ja ohjeistaa esimerkiksi erottumaan joukosta. Seuraavaksi käsittelen rohkeuden diskurssia, joka rohkaisee vaihtamaan alaa, jos nykyinen ei tunnu omalta tai perustamaan yrityksen. Alaluvussa 4.3 kerron itsetuntemuksen ja mielihyvän diskurssista, joka lähestyy työtä ja työpaikkaa unelma-alana tai vähintään jollain tavalla iloa tuottavana. Luku käsittelee myös sellaisia työelämän piirteitä, jotka liittyvät myös yksilön persoonaan ja identiteetin kysymyksiin: kunnianhimoisuutta, intohimoisuutta sekä itsearvostusta. Viimeisenä alaluvussa 4.4 käsittelen yrittäjyyden ja yritteliäisyyden diskurssia, jossa kerrotaan yrittäjänä toimimisen eri puolista.

Monet artikkelista sopisivat useammankin diskurssin raameihin, mutta kutakin juttua on käsitelty vain yhden alaluvun alla toiston välttämiseksi. Esimerkiksi useimmat muotijutut kehottavat tyylikkyyden lisäksi myös rohkeuteen, mutta muotijutut on silti käsitelty yksinomaan luvussa 4.1. Erittelen kuitenkin jokaisen alaluvun lopussa, minkä diskurssien kanssa käsittelemäni artikkelit limittyivät.

### 4.1 Tyylin diskurssi

Tammikuun numerossa on ”Arkkipäivää” -niminen juttu (Olivia 1/2013: 56–63), jonka ensimmäisellä sivulla esitellään 15 toisiinsa sopivaa vaatekappaletta tai asustetta. Seuraavilla sivuilla näitä viittätoista tuotetta yhdistellään erilaisiksi kokonaisuuksiksi. Jutun edullisin tuote on Aventura-merkinen kauluspaita (29,95 euroa) ja kallein Max Maran laukku (1 505 euroa).

Otsikon sanaleikki paljastuu ingressistä: arkipäivästä tulee ”arkkipäivä” arkkitehtuuriviittauksen vuoksi. Ingressi (esimerkki 1) kertoo myös lukijalle, että jutun vinkkien avulla pukeutuminen voisi olla helppoa.

- 1) **Työpukeutuminen** lainaa nyt arkkitehtuurista. Selkeälinjaisten vaatteiden yhdistely on **helppoa**. (Olivia 1/2013: 56.)

Kauluspaitaa neuvotaan yhdistämään väljään t-paitaan asiallisen vaikutelman aikaansaamiseksi. Jutussa on runsaasti adjektiiveja, yhteensä 32 eri adjektiivia, joista *valkoinen*, *kapea* ja *mielenkiintoinen* toistuvat useamman kerran. Asiallinen esiintyy kuitenkin vain kerran (esimerkki 2), eikä sen synonyymeja löydy jutusta. Myöhemmin valkoista kauluspaitaa luonnehditaan osaksi *konservatiivista* ilmettä, ja nahkahametta tuota vaikutelmaa *rikkovana*. Toisaalta oletetaan, että lukija haluaa noudattaa asiallista linjaa työpukeutumisessa, ja toisaalta tuolle linjalle annetaan vaihtoehto. Muita tyyliä tai tyyliuuntia kuvaavia adjektiiveja ovat *konservatiivinen*, *rohkea* ja *moderni* (esimerkit 2–5).

- 2) Pue valkoinen kauluspaita väljän t-paidan alle, niin luot **asiallisen** vaikutelman. (Olivia 1/2013: 57.)
- 3) **Nahkahelma rikkoo** villaisen kotelomekon ja valkoisen kauluspaidan **konservatiivista ilmettä**. (Olivia 1/2013: 62.)
- 4) **Rohkea** käyttää nahkahanskoja sisälläkin. (Olivia 1/2013: 63.)
- 5) Työpäivän jälkeen voit heittää jakun narikkaan ja kokeilla **modernia versiota** 1950-luvun kotirouvasta. (Olivia 1/2013: 63.)

Myös *nahka* on jutussa runsaasti käytetty sana. Artikkelin 58 substantiivista *nahka* esiintyy jossakin muodossa kahdeksan kertaa (esimerkit 6–9): kuvateksteissä mainitaan materiaalit *mokkanahka*, *kiiltonahka*, *poronnahka* ja *vuohennahka* ja vaatekappaleista *nahkahame*, *nahkahelma*, *nahkahanskat* ja *nahkaselkä ja -kaulukset*. Nahkaiset vaatekappaleet ovat kontekstista riippuen joko *pehmeitä* ja *liikaa ärhäkkyyttä* lieventäviä tai *särmikkäitä* ja *ärhäköitä*. Myös *veistoksellisuus* yhdistetään nahkaiseen laukkuun.

- 6) T-paita on **pehmeää mokkanahkaa**. (Olivia 1/2013: 57.)
- 7) Kenkien läpinäkyvä muovi ja punainen **kiiltonahka** eivät ole liian **ärhäköitä** toimistoon, kun yhdistät ne villaan ja **poronnahkaan**. (Olivia 1/2013: 60.)
- 8) **Nahkaselkä ja -kaulukset** tekevät jakusta **särmikkään**. (Olivia 1/2013: 62.)
- 9) **Veistoksellinen** laukku on **vuohennahkaa**. (Olivia 1/2013: 62.)

Jutussa tuodaan kahdesti esille *mielenkiintoisuus*: työasussa olisi siis oltava jokin kiintoisa yksityiskohta tai tasapaino (esimerkit 10–11).

- 10) Pehmeiden materiaalien ja kiiltävien pintojen kontrasti luo **mielenkiintoisen tasapainon**. (Olivia 1/2013: 58.)
- 11) Kenkien epäsymmetrinen korko on **mielenkiintoinen yksityiskohta**. (Olivia 1/2013: 59.)

”Arkipäivää” -jutun kuvat on otettu Yrjö Kukkapuron ateljeessa (Olivia 1/2013: 56), joka on selkeästi toimistoympäristö. Toimisto mainitaan myös itse tekstissä, joten juttu vaatteineen on kohdennettu nimenomaan toimistotyötä tekeville.

Oliviassa on kaksi toistuvaa, saman kaavan mukaista palstaa: Pue nyt ja Päivitä. Päivitä -palstalla vaatekappaleiden kuvat on vain aseteltu valkoiselle sivulle, Pue nyt -palstalla on studiossa kuvattu vaaterekki yleensä värikkään seinän tai muun teemaan sopivan taustan edessä. Rekille on ripustettu viisi erilaista, samaan teemaan sopivaa asua. Numerossa 2/2013 (Kevät toi maalarin, s. 70) asut ovat värikkäitä housuja tai mekkoja, joista kolmeen on yhdistetty jakku. Ingressi rohkaisee pukeutumaan työpaikalle värikkäästi, kuten esimerkki 12 osoittaa:

12) Ota värit käyttöön töissä. Yhdistä pääväriihin raikastavia sekä hillitseviä sävyjä. (Olivia 2/2013: 70.)

Kuvatekstit neuvovat esimerkiksi printtien ja pintojen yhdistelemistä ja napapaitamallisen (esimerkki 13) topin pukemista, halutessaan kauluspaidan kanssa.

13) Jos vatsalihaksesi eivät pidä päivänvalosta, pue napapaidan alle pitkä kauluspaita. (Olivia 2/2013: 70.)

Tämä herättää kysymyksen, missä työssä voisi pitää vatsan paljaana. Kauluspaidan kanssa napapaita lienee salonkikelpoinen rennompaan ympäristöön, kuten lehden toimitukseen tai mainostoimistoon. Konservatiivisempi kansainvälinen bisnes tai lakiasiaintointimisto sitä vastoin tuskin hyväksyisi myöskään näiden kahden vaateen yhdistelmää.

Tumi-merkkinen 195 euron hintainen laukku markkinoidaan käytännöllisenä (esimerkki 14). Oletuksena lienee, että lukija tarvitsee tabletinmentävän laukun ja tarvitsee kenties tablettia myös työssään.

14) Laukku toimii sekä käsilaukkuna että tablettisuojausena. (Olivia 2/2013:70.)

Kevät toi maalarin -jutun tuotteet ovat hinnoiltaan 34,95–825 euroa.

Helmikuun numerossa on myös Päivitä -palsta, jonka otsikkona on ”Rouva Draper” (Olivia 2/2013: 65). Otsikko viittaa 1960-luvulle sijoittuvaan Mad men -televisiosarjaan, jonka päähenkilön Donald Draperin vaimo on huoliteltu kotirouva. Sivulla esitellään jakkuja, värillisiä laukkuja, useampia mustavalkoisia vaatekappaleita ja tolppakorkokenkiä, jotka on merkitty ”talven avaintuotteeksi”. Esimerkit 15–17 ovat ”Näin teet tyylin” -otsikoitu infolaatikosta, joka ohjeistaa kahdessa kohdassa valitsemaan korolliset kengät ja 1960-lukua henkien vinkit korostavat perinteistä feminiinisyyttä.

15) Kaulukseton takki toimii **lyhyiden mekkojen ja hameiden** kanssa. **Lisää korot** ja käsihihnallinen laukku.

16) Pue lyhyiden leveälahkeisten housujen kanssa lyhyt jakku ja **lisää pituutta tolppakoroilla**.

17) Pue paksun **mekon alle silkkipusero** tai 1960-luvun tyyliin poolopaita.

”Rouva Draper” -jutun tuotteet ovat hinnaltaan 7,90–675 euroa.

Päivitä-palstoja on maaliskuun numerossa kaksi: ”Silkkitiellä” (Olivia 3/2013: 87) ja ”Polta hihasi” (Olivia 3/2013: 99). Molemmat on merkitty ”Töihin ja juhliin”-tunnisteella, mutta ”Silkkitiellä” -jutussa työ mainitaan vain ”Näin teet tyylin” -ohjelaatikossa (esimerkki 18).

18) Kerrosta hame silkkihousujen päälle ja skarppaa asu töihin mustalla jakulla. (Olivia 3/2013: 87.)

Sivun tuotteet ovat 49–652 euron hintaisia.

”Polta hihasi” kehottaa imperatiivimuodossa pukeutumaan liiviin. Ingressi viittaa perinteiseen virka-asuun:

19) Liivi päivittää **työunivormusi** uuteen kauteen. (Olivia 3/2013: 99.)

”Työunivormu” on kuitenkin paradoksaalinen, sillä univormu viittaa yhdenmukaiseen virkapukuun, joka on kaikilla täsmälleen samanlainen. Univormua ei siis päivitetä omin päin omalle tyyllille sopivaksi. Univormu-termiä käytettäneenkin tässä yhteydessä laajemmassa merkityksessä, eli omalle työpaikalle tyypillisenä asuna, jota ei kuitenkaan ole ylhäältä päin eksplisiittisesti määrätty.

Lukijan oletettu työpaikka on toimisto tai vastaava istumatyö. Aukeamalla esitellyt vaatteet ovat erilaisia kauluspaitoja, kapeita hameita ja siroja kävelykenkiä. Kuvien lisäksi myös tekstilaa-  
tikko kehottaa yhdistelemään räätälöityjä ja valmisvaatteita toimistoon, kuten esimerkissä 20.

20) Käytä räätälöityä liiviä kuten jakkua. Yhdistä se kauluspaitoihin ja siisteihin t-paitoihin. (Olivia 3/2013: 99.)

”Polta hihasi” -jutussa vaatteiden ja asusteiden hinnat ovat alle kolmestakymmenestä eurosta 630 euroon.

Kiinnostava yksityiskohta on myös erottuminen ja parhaiden puolien korostaminen asusteilla tai ehostuksella (esimerkit 21–22).

21) Kirkas huulipuna riittää **herättämään huomion**, kun asu on musta. (Olivia 3/2013: 99.)

22) Jos liivi tuntuu laatikolta, **tuo muutosi esiin** vyöllä. (Olivia 3/2013: 99.)

Samalla, kun univormu viittaa yhdenmukaisuuteen ja joukosta erottumattomuuteen, kehoitetaan toisaalta erottumaan massasta rohkeasti muilla keinoin. Meikki ja asusteet ovat toimistoympäristössä sallittuja keinoja erottautua, kun taas lenkkikassut ja farkut voisivat olla paheksuttu erottumisen muoto toimistossa, jossa pukukoodina on tavallisesti vaikkapa jakkupuku ja kävely- tai korkokengät.

Massasta erotutaan myös numerossa 5/2013, kun lehdessä on jopa kaksi urheiluvaatteita toimistoasuna esittelevää juttua: Uusi aika (Olivia 5/2013: 58–67) ja Hikinen iltapäivä (Olivia 5/2013: 68). Nämä jutut ovatkin mielestäni paras esimerkki siitä, miten lehdessä esitellään sekä rentoa tyyliä toimistoympäristöön sovitettavaksi että kalliita merkkituotteita, jotka ovat vain marginaalisen ryhmän saavutettavissa.

Uusi aika -jutussa on runsaasti adjektiiviattribuutteja (esimerkit 23–25), jotka toimivat rohkaisuna kokeilla esiteltyjä yhdistelmiä.

23) Verkkarit sopivat työpaikalle, kun yhdistät ne silkkipaitaan ja **hienostuneisiin** sandaaleihin. (Olivia 5/2013: 59.)



24) Leikkisä arkilook syntyy, kun yhdistelet sporttisia asusteita **kauniisti rätälöityyn** mekkoon. (Olivia 5/2013: 61.)

25) Skarpaa **rento nahkainen** housupuku korkkareilla ja **siistillä** paitapuserolla. (Olivia 5/2013: 65.)

Mikäli adjektiiviattribuutit jätettäisiin pois tai ne korvattaisiin toisilla, vaikutelma olisi erilainen. Sandaaleiden pitää nimenomaan olla *hienostuneet*, ei vaikkapa rennot. Sporttiset asusteet pitää yhdistää *kauniisti rätälöityyn* mekkoon, ei mihin tahansa väljempään malliin (kuvateksti viittaa Stella McCartneyn 330 euron hintaiseen mekkoon). Jos housupuku on *rento* ja *nahkainen*, sen kanssa käytettävän paitapuseron pitää olla *siisti* eikä esimerkiksi kulunut. Rennon, urheilullisen asun täytyy siis saada siistejä, harkittuja ja huolitellun näköisiä vaatekappaleita parikseen, rento tyyli ei jutun mukaan tarkoita päästä varpaisiin huoletonta kokonaisuutta. Täysin huolettomasta tulisikin kenties tällöin liian rento ja jopa huolimaton vaikutelma.

Jutussa on muutenkin runsaasti adjektiiveja, yhteensä 17 eri adjektiivia, joista *nahkainen* ja *sporttinen* esiintyvät kaksi kertaa. Adjektiivit *hauska* ja *leikkisä* vetoavat esimerkiksi persoonallista tyyliä tavoittelevaan, *helppo* ja *rento* mukavuudenhaluiseen pukeutujaan ja *hienostunut*, *moderni* ja *trendikäs* niihin, jotka arastelevat leikitellä vaatteilla ja haluavat olla huoliteltuja. Adjektiivien runsaus pyrkinee vaikuttamaan kaikkiin lukijoihin, jotka kokevat urheilullisuuden yhdistämisen konservatiiviseen työpukeutumiseen hankalana. Vertailukohtana toimii esimerkiksi numeron 9/2013 kahdeksansivuinen muotijuttu, jossa adjektiiveja on 10.

Uusi aika -muotijutun jälkeen on Päivitä -palsta otsikolla Hikinen iltapäivä, jossa urheiluvaatteiden esittely jatkuu. Ingressi kertoo toimistoasun näyttävän tehokkaalta urheiluvaikutteiden ansiosta.

26) Tehokkaan näköinen toimistoasu lainaa urheiluvaatteista. (Olivia 5/2013: 68.)

Hikinen iltapäivä jatkaa edeltävän jutun tapaan adjektiivien runsasta käyttöä.

27) Paitamekko on **sopiva** yhdistelmä **asiallista** toimistoasua ja **rentoa** sporttia. (Olivia 5/2013: 68.)

28) Pue **väljän** housupuvun kanssa pelkistetty lippis ja sujauta jalkaan **siistit** lenkkarit. (Olivia 5/2013: 68.)

Tässäkin jutussa *rento* ja *asiallinen* sekä *väljä* ja *siisti* esiintyvät vastakohtina, joista voi luoda toimistoympäristöön *sopivan* ja hyväksytyn asun.

Uusi aika -jutussa myös hinnat ovat vuosikerran kalleimmat: halvin tuote on 35 euron hintainen Niken paita, kallein ilmoitettu hinta on 1500 euron Lacosten nahkatakki. Takin parina ovat saman merkin 1400 euron nahkahousut. Jutussa on myös kaksi tuotetta, joihin on merkitty ”hinta tiedusteltaessa”, Hugo by Hugo Bossin hattu ja Max Maran takki: tämä viittaa yleensä siihen, että hinta on melko suuri. Hikinen iltapäivä -jutun halvin tuote on H&M:n 9,95 euron hintainen bikinien alaosa ja kallein 729 euron hintainen 3.1 Philip Limin laukku.

Pinnalla-niminen artikkeli (Olivia 9/2013: 82–89) esittelee kaksitoista vaatekappaletta, jotka yhdistävät muodin ja työn:

29) Kokosimme sinulle laadukkaat työvaatteet, joilla otat syksyn trendit käyttöön. (Olivia 9/2013: 82.)

Pinnalla -jutun vaatteiden hinnat vaihtelevat 9,95 euron hintaisista korvakoruista 1 776 euron puseeroon. Seuraavilla sivuilla kahtatoista vaatetta on yhdistelty eri tavoin, ja kerrottu lyhyesti kuvatekstissä, millaisiin tilanteisiin vaatteet työn lisäksi sopivat. Juttu on tehty saman mallin mukaisesti kuin tammikuun numeron ”Arkipäivää”.

Jutussa mainitaan kahdesti (esimerkit 30 ja 31), miten töistä voi helposti lähteä suoraan juhliin.

30) Kun vaate on kuin koru, **lisää juhliin** vain korvikset. (Olivia 9/2013: 85.)

31) Yksinkertainen kotelomekko muuttuu **töistä juhliin** asusteilla. (Olivia 9/2013: 88.)

Mielenkiintoista on pohtia, millaisessa työssä Olivian esittelemällä tavalla voi pukeutua. Kuvateksteissä sanotaan usein vain ”työpaikalle” tai ”työpukeutumiseen”: pukukoodin täytyy kuitenkin olla aika salliva ja luovuuteen kehottava, ja tällainen tyyli sopisi ehkä mainosalan ihmisille tai muille luoville aloille, mutta ei vaikkapa opettajille, lakiasiantuntijoihin tai hoitoalalle. Jotkut jutuista sen sijaan kertovat nimenomaan toimistopukeutumisesta.

Osassa jutuista puhutaan myös ”univormusta”, joskin merkitys on pikemminkin lukijan henkilökohtainen univormu ja oma luottotyyli. Muun muassa sairaaloiden, armeijan ja kaupan alan univormut eivät kuitenkaan aina salli leikkittelyä asusteillakaan, vaikka kauppojen työasuissa variaatiota onkin käyttäjän mieltymysten mukaan.

Muotijuttujen teksteissä viitataan usein asiallisuuteen tai siisteyteen, ja esiteltujen vaatteiden joukossa on usein kauluspaitoja, jakkuja ja muita perinteiseen toimistopukeutumiseen kuuluvia vaatekappaleita. Toisaalta jutut kehottavat pukeutumaan mukaviinkin asuihin, eivät vain jäykkiin tai työköistuviin vaatteisiin. Mikäli työpaikan konventiot sen sallivat, Olivia näyttää mallia, miten esimerkiksi verityttöjoukosta saa toimistolle sopivan vaatekappaleen. Oliviassa pyritään nähdäkseni palvelemaan lähes yksinomaan toimistotyöläisiä, mutta yrittäen neuvoa ja ohjeistaa toimistotyön kirjon kaikkia ulottuvuuksia konservatiivisista vapaamuotoisiin.

Tyylin diskurssi on vahvasti limittäinen rohkeuden diskurssin kanssa: muotisivuilla käytettyjen adjektiivien joukossa oli useita kertoja esimerkiksi *rohkea* ja lukijaa ohjeistettiin *erottumaan joukosta*. Rohkeus kulkee teemana mukana, vaikka muotijutut esittelisivätkin konservatiivisempia, hillittyyn toimistoympäristöön kuuluvia asuja.

## 4.2 Rohkeuden diskurssi

Kuten luvussa 3.1 kerroin, Olivia aloitti vuonna 2013 mentorointiohjelman. Mentoroitavat ovat eri alojen eri tasoisia työntekijöitä, jotka kertovat nykyisestä työstään sekä siitä, mitä toivovat uraltaan tulevaisuudessa ja miksi tarvitsevat mentoria.

”Matkalla tuntemattomaan” (Olivia 9/2013: 130–131) esittelee kuusi mentoria ja heidän valitsemansa mentoroitavat. Yksi mentoroitavien toiveista jutussa on kehittää itsevarmuutta ja edetä uralla, tai mikäli se ei onnistu, jopa vaihtaa alaa. Muutetulla nimellä jutussa esiintyvän Maarian mentorintarpeesta kerrotaan näin:

- 32) Hän aloitti äitiysvapaan jälkeen alusta henkilöstöhallinnossa ja on puolessa vuodessa noussut assistentista asiantuntijaksi. Nyt hän haluaa kehittyä **alan superosaajaksi**. (Olivia 9/2013: 131.)

Nopea nousu uralla ei siis riitä, vaan Maaria haluaa kehittyä entistä paremmaksi. Maaria kertoo omin sanoin tilanteestaan seuraavasti:

- 33) Toivoisin mentoroinnin tuovan selkeyttä perheen ja työn yhdistämiseen, apua verkostojen luomiseen ja ajan hallintaan sekä **varmuutta esiintymiseen**. (Olivia 9/2013: 131.)

Toiveissa on myös esiintymisvarmuus, mikä lienee Maarian alalla tärkeää.

Toinen nimimerkillä esiintyvä mentoroitava on Jaana, joka on ”saanut työssään vastuuta mutta ei ylennyksiä” (Olivia 9/2013: 131). Jaanan omissa suunnitelmissa on jopa alanvaihto, mikäli uralla eteneminen ei ole mahdollista:

- 34) Olisi hienoa ymmärtää, ellen ole johtaja-ainesta. Vai pitääkö minun vain **vaihtaa yritystä** ja jopa toimialaa? (Olivia 9/2013: 131.)

Jutun ja esimerkin 34 perusteella vaikuttaa siltä, että omaa työuraa ollaan valmiita kääntämään rajustikin toiseen suuntaan, mikäli suunnitelmat ja toiveet eivät toteudu.

Erottuminen nousee myös yhdeksi mentoriohjelman teemoista. Musiikkia ja valtio-oppia opiskellut laulaja Anni Mattila on perustanut myös yrityksen ja pohtii tavoitteitaan näin:

- 35) Tarvitsen apua visioni kiteyttämiseen ja strategian konkretisoimiseen. Miten **kehitän henkilöbrändiäni**, jotta voin luoda kansainvälisen uran? Uskon tarvitsevani ennen kaikkea selkeää aikataulutusta ja suunnitelmallisuutta. (Olivia 9/2013: 130.)

Mattilan suunnitelmana on ilmeisesti jatkaa yrityksensä kehittämistä ja tehdä myös itsestään henkilöbrändi. Erottuminen tulee esiin myös Maarian tarinassa.

- 36) Nyt hän haluaa kehittyä **alan superosaajaksi**. (Olivia 9/2013: 131.)

Super-etuliite osoittaa, että työssäkin halutaan olla paras ja ylivertainen – jos ei muihin verrattuna niin ainakin paras versio itsestään.

Myös joulukuun numerossa Maariasta kerrotaan samaa, mutta eri etuliitteellä.

- 37) Maaria haki Olivia mentoriohjelmiaan, koska oli juuri siirtynyt uusiin tehtäviin. Hän halusi kehittyä uuden alansa, henkilöstöhallinnon **huippuasiantuntijaksi**. (Olivia 12/2013: 145.)

Maariasta kerrotaan myös, että hän on ”kamppaillut riittämättömyyden tunteiden kanssa” ja ”tarvitsee enemmän apua ja tukea kuin aiemmassa työssään” (Olivia 12/2013: 145). Maariasta välittyy myös kuva kovana suorittajana, joka vaatii itseltään todella paljon. Maaria on verrannut itseään kokeneempiin kollegoihin ja pitänyt osaamattomuuden tunnettaan omasta epäpätevyydestä tai sopimattomasta koulutustaustasta kumpuavana.

- 38) Olen ollut **kärsimätön**. Ympärilläni olevilla ihmisillä on vuosien työkokemus. Minun ei **tarvitse heti osata kaikkea**, mitä he osaavat. **Pakko tutkinnon suorittamiseen** tuli vain omasta päästäni. (Olivia 12/2013: 145.)

Maarian tulevat tavoitteet vaativat myös uudenlaista rohkeutta, vaikka sitä ei tekstissä suoraan sanoiksi puetakaan (esimerkit 39–40). Maarian täytyy esimerkiksi opetella sanomaan ei *nakituksille* ja alkaa panostaa *omaan hyvinvointiinsa*. Mikäli Maaria ei jatkossa kieltäydy enemmän assistenttitason tehtävistä, hän saa omien sanojensa mukaan tehdä niitä *ikuisesti*, mikä ei ole Maarian etenemistoiveiden mukaista. Hyvinvoinnista huolehtiminen yhdistetään adverbiin *itsekkäämmin*, ja annetaan näin ymmärtää, että epäitsekästä olisi esimerkiksi uhrautuminen ja muiden laittaminen itsensä edelle.

- 39) Maaria **lakkaa** ottamasta vastaan **muiden nakittamia** assistenttihommia. ”Jos en nyt kieltäydy, saan hoitaa niitä ikuisesti.” (Olivia 12/2013: 145.)

- 40) Keskittyy itsekkäämmin **omaan hyvinvointiinsa**. ”Vain siten jaksan työelämän haasteita ja pikkulapsiperheen arkea.” (Olivia 12/2013: 145.)

Huhtikuun numerossa Laura Kosonen kirjoittaa omasta kokemuksestaan opiskella kätilöksi kolmekymppisenä otsikolla ”Haluatko todella vaihtaa alaa?” (Olivia 4/2013: 147–153). Otsikko on epäilevä kysymys, joka korostuu adverbin *todella* avulla. Myös ingressi neuvoa lukijaa maltillisuuteen:

- 41) Yhä useampi kolmekymppinen hankkii itselleen uuden ammatin. Kätilöksi valmistunut Laura Kosonen kehottaa **ensin harkitsemaan**. (Olivia 4/2013: 147.)

Otsikko ja ingressi antavat ymmärtää, että toimittajan tekemä päätös uudelleen kouluttautumisesta ei ollutkaan mieluinen tai että lukija ei välttämättä ole oikeassa päätettyään itse opiskella uuden ammatin, ja juttu osoittaa, mitä kaikkea päätöstä ennen on huomioitava. Artikkelin myös alkaa negatiiviseen sävyyn:

- 42) Tuijotan pulpetin pöytälevyä ja **tunnen pakokauhua**. Luokan edessä opettaja puhuu opiskelutekniikasta ja siitä, kuinka tärkeää on herätä aamulla ajoissa kouluun. Miten on mahdollista, että olen hakeutunut tähän tilanteeseen vapaaehtoisesti? (Olivia 4/2013: 147.)

Kirjoittajan mentaalinen prosessi pakokauhusta ja ihmetyksestä sitä kohtaan, miten on *vapaaehtoisesti hakeutunut* tilanteeseen, jossa opettaja puhuu opiskelutekniikasta ja ajoissa heräämisestä. Teksti antaa ymmärtää, että opiskelun perusasioiden läpikäyminen on kammottava ja pakenemisreaktion herättävä kokemus, johon ei tavallisesti suostuisi kuin pakotettuna.

Artikkelin ensimmäisissä kappaleissa (esimerkit 43–46) viitataan paljonkin siihen, mitä negatiivisia asioita valintaan opiskelun aloittamisesta liittyy. Tällaisia asioita ovat esimerkiksi ennakoimattomuus, kirjoittajan raskaus ja koulutöiden ”tahkoaminen”, ja vielä ensimmäisen harjoittelunkaan aikana kirjoittaja ei osaa sanoa, miltä työ tai olosuhteet hänestä tuntuvat. Kun kirjoittaja sanoo ”syyttävänsä siskoaan”, hän viittaa sisarensa synnytykseen, jossa ”kokenut kättilö toi rauhan huoneeseen”. Kirjoittaja koki kättilön tekemän työn merkityksellisenä ja ihailtavana, ja sai siitä kipinän alalle. Äitiysloman aikana haave vielä vahvistui.

- 43) **Nautin siitä, että** asiat ovat ennakoitavissa. **Mutta** nyt haluan itselleni uuden ammatin. (Olivia 4/2013: 149.)
- 44) Ja on tässä **muutakin**. Edellisenä päivänä olen [--] tehnyt **positiivisen raskaustestin**. **Syytän** tilanteesta siskoani. (Olivia 4/2013: 149.)
- 45) Ensimmäisen lukukauden **tahkoan pakollista** englantia, tietojenkäsittelyä ja ensiapua. (Olivia 4/2013: 149.)
- 46) Ensimmäisessä työharjoittelussa [--] Vatsassa potkii vauva, kesäaurinko paistaa, enkä osaa oikein sanoa, **tuntuuko hyvältä vai pahalta**. (Olivia 4/2013: 149.)

Mentaaliset prosessityypit *nautin, syytän, tahkoan, en osaa sanoa* ja *tuntuu* tuovat kirjoittajan kokemuksen vahvasti juttuun mukaan. Kirjoittaja asettaa ennakoitavuuden ja uuden ammatin opiskelun jukstaposition *mutta*-konjunktioilla ja antaa ymmärtää, että opiskelu ei ole ennakoitava asia elämässä. Myös raskaus esitetään tilanteena, joka on joko ennakoimaton tai vaikuttaa uuden ammatin opiskeluun. Teksti ei tähän ota kantaa, mutta raskaus lienee vain yksi osa kirjoittajan opiskeluun liittyviä monia epävarmuustekijöitä.

Verbi *tahkoan* kantaa negatiivisia konnotaatioita liittyen kovaan puurtamiseen ja yksitoikkoiseen tekemiseen. Negatiivisuutta korostaa osittain myös *pakollista*-adjektiivin käyttö. Vielä työharjoittelussaan kirjoittaja pohtii, miltä hänestä oikeastaan tuntuu. Auringonpaisteen ja vauvan potkimisen voisi ajatella olevan iloisia ja positiivisia asioita, mutta ne eivät saa kirjoittajaa vielä tuntemaan työtään mielekkääksi.

Seuraavissa kappaleissa opiskelusta kertova sävy kuitenkin muuttuu, vaikka kolmas kappale alkaakin negatiivisten asioiden kuvauksella:

- 47) Digiboksin kellossa lukee 4.40. Ulkona puut kumartavat lokakuun **myrskyssä**. **Pimeys on lohduton**. Olen kantanut **koliikista kärsivää kuopusta koko yön** ympäri olohuonetta. Vain toinen meistä jaksaa enää **itkeä**. Perheemme **rämpii** talvessa, johon kuuluvat koliikki, **20 korvatulehdusta, 30 flunssaa ja 6 oksennustautia**. On päiviä, jolloin **kiroan kaiken, myös** takaraivossa painavat **opinnot**. (Olivia 4/2013: 149.)

Kirjoittaja kertoo tarkasti, millaista kurjuutta syksyyn ja talveen kuuluu: myrskyjä, valvottuja öitä ja sairastelua. Verbit *itkeä*, *rämpiä* ja *kirota* kertovat äärimmäisen paineen alla olemisesta. *Kaiken* kirotessaan kirjoittaja mainitsee erikseen myös opinnot, vaikka sävy on hyvin erilainen, kun ne mainitaan seuraavan kerran.

- 48) Pari kertaa viikossa **istun rauhassa** aikuisten keskellä ja **nautin**, kun karismaattinen luennoitsija **valuttaa päähäni** uutta tietoa. (Olivia 4/2013: 149.)

Luentosali vaikuttaa rauhoittumisen paikalta, jossa on pelkkiä aikuisia ja tiedon omaksuminen on nautinto. Lisäksi uusi tieto kuvataan *päähän valuttamisena*, eli kuin automaattisena prosessina. *Valuttaminen* on verbinä on miellyttävä ja rauhallinen, toisin kuin esimerkiksi *tunkea* uutta tietoa, joka on huomattavasti yleisempi verbi (Googlessa ”*tunkea tietoa*” 99 hakutulosta, ”*valuttaa tietoa*” 40 tulosta).

Muitakin positiivisia opiskeluun liittyviä seikkoja alkaa löytyä esimerkeistä 49–51.

- 49) Perhe ja opiskelu **sopivat hyvin yhteen** myös **taloudellisesti**. [--] Tulotasoni on murto-osa aiemmasta, mutta kun perheessä on yksi keskituloinen elättäjä, rahat riittävät ruokaan, harrastuksiin ja joskus matkusteluunkin. (Olivia 4/2013: 149.)
- 50) Roolinvaihto tasoittaa työnjakoa kotona ja **tekee hyvää** koko perheelle. Lähden aamuisin **hyvillä mielin** luennoille ja työharjoitteluun. (Olivia 4/2013: 149.)
- 51) Näppäimistö **laulaa kuin itsestään**. [--] olen täysin tekstin **lumoissa**. Nyt tulee valmista. (Olivia 4/2013: 149.)

Kirjoittaja mainitsee taloudellisen ja perheen hyvinvoinnin. Myös koulutöiden kirjoittaminen on helppoa ja suorastaan *lumoavaa*.

Kolme viimeistä kappaletta artikkelissa kuvaavat kirjoittajan ristiriitaisia tunteita ja ajatuksia. Mentaalisia prosesseja on virkkeissä paljon, kuten esimerkit 52–57 osoittavat.

- 52) **Parasta ja raskainta** opinnoissa ovat harjoittelujaksot. Kätilöksi tullaan tekemällä. Ensimmäisiä käytännön jaksoja **jännitän valtavasti**. (Olivia 4/2013: 151.)
- 53) [--] **alan huomata**, että opin. Ja miten paljon **iloa siitä saan!** (Olivia 4/2013: 151.)
- 54) Työ on minusta **ihanaa**. **Nautin suunnattomasti** siitä, että yhtenäksään päivänä minun ei tarvitse kysyä, onko työlläni merkitystä. **Tunnen usein** olevani aidosti avuksi. (Olivia 4/2013: 151.)
- 55) **Tunnen usein** oloni epämukavaksi. Paatuneen pätijän ei ole helppoa olla se, joka ei osaa. (Olivia 4/2013: 151.)
- 56) **Huomaan** olevani **kateellinen**, kun vanha opiskelukaveri raportoi Teheranin kaduilta. (Olivia 4/2013: 153.)
- 57) **Ahdistaa**. **Tuntuu tyhjältä**, vaikka tiedän pääseväni töihin sinne, minne halusinkin. (Olivia 4/2013: 153.)

Monet mentaaliset verbit saavat vahvistusta adverbeista. Tekstissä ei ole pelkästään puhe jännittämisestä, nauttimisesta tai tuntemisesta, vaan jännittämisestä *valtavasti*, nauttimisesta *suunnattomasti* ja tuntemisesta *usein*.

Marraskuun numerossa yrittäjä Saku Tuominen kertoo unelmoinnin tärkeydestä. Artikkelissa nimeltä ”Ole 20 sekuntia hullu” (Olivia 11/2013: 56–57) Tuominen nojaa tutkimuksiin, joiden mukaan unelmointi on tärkeää esimerkiksi tyytyväisyyden ja mielenterveyden kannalta.

58) Hänestä unelmointiin pitäisi suhtautua vakavasti, koska se **kohentaa mielenterveyttä**. (Olivia 11/2013: 57.)

59) Ihminen, joka tavoittelee jatkuvasti uusia unelmia, on myös tutkitusti **tyytyväisempi**. (Olivia 11/2013: 57.)

Unelmointi esitetään jutussa tärkeänä, mutta jonkinlaisena järkevyyden vastakohtana. Kun jutussa mainitaan unelmat, mainitaan myös se, *ettei välitä* sekä käytetään konditionaalia: *pitäisi, kannattaisi*. Kahdesti mainitaan myös *höttö* tai *höttöisyys* ja kerran *hölmö* ja *suuruudenhullu*. Tuominen myös sanoo huvittuneensa omasta unelmastaan, eli osoittaa näin itsekkin toisaalta suhtautuvansa unelmiin väheksyvästi, vaikka pitää niitä samalla erittäin tärkeitä. Unelmiin ei siis jutun mukaan suhtauduta yhteiskunnassa hyödyllisenä ja rakentavana, vaan kepeänä ja turhanpäiväisenä, vaikka unelmat samalla nostetaan osaksi terveyttä ja terveellisyttä (esimerkit 60–63).

60) Yrittäjä-innovaattori Saku Tuominen kertoo, miksi unelmista kannattaa karistaa **höttö**. (Olivia 11/2013: 57.)

61) Unelmista puhuminen kuulostaa **höttöiseltä**, ja Saku Tuominen tietää sen. Hän **ei välitä vaan** jatkaa opetuksiaan... (Olivia 11/2013: 57.)

62) Hänestä unelmointiin **pitäisi suhtautua vakavasti**, koska se kohentaa **mielenterveyttä**. Terveessä yhteiskunnassa jokaisella **kannattaisi** olla kymmeniä unelmia. (Olivia 11/2013: 57.)

63) Häntä **itseäänkin huvitti suuruudenhullu** ajatus kirjasta [--] Liialla pohdinnalla **hölmö unelma** olisi voinut hautautua. (Olivia 11/2013: 57.)

Konditionaalimuoto jää pois, kun jutussa on todettu, että ihmisellä tulisi olla unelmia. Implisiittisesti oletetaan, että lukija haluaa unelmoida enemmän, toteuttaa haaveensa ja hänellä on mahdollisuus tehdä niin. Toteuttamisen helppoutta korostetaan esimerkissä 65 fokuspartikkelilla *vain*, mikä kuvaa unelmien toteuttamisen olevan lähes yhtä helppoa kuin haaveilu itsessään, kunhan itsestä löytyy *vain hullua rohkeutta*. Toisaalta myöhemmin jutussa mainitaan (esimerkki 66), että kaikkia unelmia ei olekaan pakko *edistää koko ajan*. Adverbi *koko ajan* viittaa siihen, että edistämisessä voi pitää taukoa, mutta edistystä on jossain vaiheessa tapahduttava. Mikäli adverbien jättäisi pois, lause jättäisi lukijalle kuvan siitä, että jo unelman olemassaolo itsessään on positiivista, vaikkei se koskaan edistyisi kohti toteutumistaan.

64) Ideoita pitää myös toteuttaa. [--] Hän tietää, että unelmointi on asia, jota pitää harjoitella. (Olivia 11/2013: 57.)

65) [--] joskus tarvitset **vain 20 sekuntia hullua rohkeutta**. ”Uskon, että monet hyvät ratkaisut tehdään hetken huumassa, ilman liikaa harkintaa.” (Olivia 11/2013: 57.)

- 66) Tuomisesta unelmia voi olla kymmeniä, mutta kaikkia ei tarvitse edistää **koko ajan**. (Olivia 11/2013: 57.)

Jutussa mainitaan raha viisi kertaa. Tuomisen mukaan *valtaosa* unelmista ei vaadi toteutuakseen *juurikaan rahaa*. Mikäli edes toinen attribuutti tai adverbijätettäisiin pois tai muutettaisiin, lauseen merkityskin muuttuisi täysin. *Osa unelmista ei vaadi juurikaan rahaa* osoittaisi, että osa kuitenkin vaatii – käyttämällä nimenomaan attribuuttia *valtaosa* voidaan ajatusta unelmien toteuttamisesta helpottaa lukijalle sillä, että suurin tai huomattavan suuri osa unelmista voidaan toteuttaa pienelläkin budjetilla. Jää myös avoimeksi, millainen summa on *juurikaan rahaa*: -kaan-pääte viittaa siihen, että summa on vähäpätöisen pieni. Fokuspartikkeli on kuitenkin tärkeä, sillä *Valtaosa unelmista ei vaadi rahaa* antaa kuvan siitä, että kuka tahansa voi toteuttaa lähes minkä tahansa haaveen ilmaiseksi.

Raha ei ole ollut Tuomiselle unelmien toteuttamisessa tärkeää: tämä tuodaan esille monenlaisin vahvikeadverbein, kuten *koskaan*, *ei missään* ja *ikinä* (esimerkit 67–68). Myös Tuomisen lapsuuden ajan rahanansaitsemisesta kerrotaan, mutta viittaus unelmoiminnin ja rahan yhteyteen jää hataraksi. *Toimeliaisuus* mainitaankin esimerkissä 69, mutta virkkeet kertovat ennemmin yritteliäisyydestä kuin unelmista, joita toiminnalla yritetään toteuttaa.

- 67) **Valtaosa** unelmista ei vaadi **juurikaan rahaa**. (Olivia 11/2013: 57.)

- 68) **Raha ei** kuitenkaan **ole koskaan** ollut Tuomisen tavoite. ”Kuulostaa varmaan tyhmältä, naiivilta ja epärehelliseltä, mutta sillä **ei ole koskaan** ollut väliä. **Ei missään** elämänvaiheessa. **Ikinä**.” Hän tietää, että pelkästä **rahasta on turha unelmoida**. (Olivia 11/2013: 57.)

- 69) Tuominen oli jo lapsena toimelias unelmoija: hän **hankki rahat** pullonkeruulla ja teki omia lehtiä. Ala-asteikäisenä hän kävi kavereineen laulamassa Espoon Tapiolassa kerrostalon ovelta ovelle. ”**Saimme rahaa** varmaan siksi, että lopettaisimme laulamisen.” (Olivia 11/2013: 57.)

Jutun lopussa tuodaan esiin myös se, että unelmointi ei johda automaattisesti täydelliseen lopputulokseen tai ainakaan tie kohti unelman toteutumista ei ole pelkkää voittokulkua. Kuten Kososen alanvaihtojutussa, tässäkin artikkelissa nostetaan esiin ristiriidat ja epävarmuus, vieläpä niiden suuruutta korostavien partikkelien tai attribuuttien avulla.

- 70) Päiväni ovat **täynnä virheitä** ja **valtavia epävarmuuden** hetkiä. (Olivia 11/2013: 57.)



Rohkeutta ei Olivian työelämäjutuissa esitetä yksinomaan itsevarmuutena ja päättäväisyytenä edetä muiden mielipiteistä välittämättä. Rohkeuteen kuuluu myös epävarmuutta tehdyistä valinnoista, riittämättömyyden tunnetta ja rankkaa työtä, mutta silti lopputuloksena on jotain mieluista ja prosessi on opettanut haastateltavalle tai toimittajalle paljon. Unelmat kuuluvat kiinteästi rohkeuteen myös Saku Tuomisen mukaan: *hyvän ratkaisun* eli esimerkiksi unelman toteuttamiseen tarvittavan päätöksen tekemiseen tarvitaan joskus vain 20 sekuntia *hullua rohkeutta* ja päätöksiä on tehtävä *ilman liikaa harkintaa*. Myös Ryhäsen (2012: 39–40) tutkimuksessa naistenlehdissä esitellyt naisjohtajat ovat rohkeita niin tekemiensä uravalintojen kuin edelläkävijyytensä suhteen. Rikkoessaan stereotypioita siitä, mitä naisten tavallisesti ajatellaan uransa aikana tekevän, naisjohtaja on rohkea erilaisuudessaan.

Rohkeuden diskurssi on yhteydessä itsetuntemuksen ja mielihyvän diskurssiin, sillä monet juutuista kuvaavat yhtäaikaaisesti sekä haastateltavien matkaa rohkeasti uudelle alalle että tuntemaan itsensä paremmin. Mentoriohjelmalla onkin esitelty jo hieman tässä luvussa, ja siihen paneudutaan enemmän luvussa 4.3. Mentoriohjelmassa mukana olevat naiset haluavat muuttaa työnkuvaansa tai alaansa, ja samalla he oppivat itsestään ja luonteestaan (vrt. Maaria esimerkissä 30).

Samoin unelmointi on ensimmäinen vaihe rohkeissa unelmien toteutusprojekteissa. Unelmointi on Oliviankin mukaan mielenterveyttä kohentava tekijä ja unelmat tekevät tyytyväiseksi (esimerkit 58–59). Terve, tyytyväinen ihminen tuntee todennäköisesti myös itsensä, tarpeensa ja omat kykynsä ja voi tuntea mielihyvää kaikilla elämänalueilla – työssäänkin.

## 4.3 Itsetuntemuksen ja mielihyvän diskurssi

### 4.3.1 Mentoriohjelma

”Uusi työ uudeksi vuodeksi” (Olivia 10/2013: 164–165) esittelee Jaanan (nimi muutettu), joka toivoo etenevänsä urallaan ja varsin pian: lokakuussa ilmestynyt juttu kertoo siitä, kuinka Jaana haluaisi jo vuodenvaihteessa (2013–2014) olla uudessa työssä.

71) [–] vuodenvaihteeseen mennessä Jaanalla on **uusi, omien kriteeriensä mukaan parempi** työ tai ainakin tieto siitä. (Olivia 10/2013: 164.)

Jutussa ei eksplisiittisesti mainita, mitkä nämä kriteerit ovat, mutta esimerkiksi kuvateksti ja mentoriparin jatkosuunnitelmia kuvaava kappale avaavat Jaanan nykyisen työn ongelmia (esimerkit 72 ja 74). Hän ei kuitenkaan ole täysin tyytymätön, vaan haluaisi seuraavaksi uutta kokemusta, jota hänen on mielestään *aika hankkia* (esimerkki 74).

72) Mentoritava on 41-vuotias kauppatieteiden maisteri, joka on saanut urallaan **vastuuta mutta ei ylen-nyksiiä**. Hän haluaisi **edetä** alansa asiantuntijaksi tai esimieheksi. (Olivia 10/2013: 164.)

73) Lisäksi Jaana on tullut siihen tulokseen, että vaikka hän **viihtyy myös** asiantuntijatehtävissä, hän **haluaisi** seuraavaksi esimieskokemusta. ”Monissa tehtävissä vaaditaan esimiestyöstä. Nyt on **aika hankkia** sitä”, Jaana sanoo. (Olivia 10/2013: 164.)

74) ”Minulla on **liikaa hommia**, ja otan helposti **muidenkin työt** tehtäväkseni.” (Olivia 10/2013: 165.)

Jaana on siis mielestään *liikaa töitä*, joista osa on muiden ihmisten tehtäviä, eikä Jaana ole tyytyväinen asemaansa. *Eteneminen* ja *yleneminen* ovat edellytyksiä tyytyväisyydelle.

Jaanan tehtävänä on mentoriohjelman puitteissa miettiä myös irtisanoutumisen riskejä. Jutussa tuodaan esiin myös työtilanteen epävarmuus ja harkinnan tarkeys.

75) Pohtii, vaihtaako työpaikkaa vai etsiikö uusia tehtäviä nykyiseltä työnantajaltaan. ”**Ajat ovat sellaiset**, että töitä voi olla **vaikea saada** muualta. Nykyisellä työpaikallani minulla on pitkä irtisanomisaika, uudessa joutuisin koeajalle. Mietin, **millaisia riskejä** olen valmis ottamaan.” (Olivia 10/2013: 165.)

Verbit *pohtia* ja *miettiä* osoittavat, että työpaikan vaihtaminen ja uuden uran aloittaminen ovat ajatustyön takana, eikä niitä voi tehdä hetken mielihoiteesta. Jaana pohtii nimenomaan, *millaisia* riskejä voisi ottaa, ei sitä, kannattaako riskejä ottaa lainkaan.

Jaanan mentori, yrittäjä Elina Yrjölä, kertoo jutun viimeisessä kappaleessa, mitä on oppinut mentorointiprosessista.

76) Olen kiinnostunut yksilöiden rooleista erilaisissa kulttuureissa. Miten ne syntyvät, mitä jos **jää niiden vängiksi** ja voiko niitä muuttaa? (Olivia 10/2013: 165.)

Yrjölä viittaa työrooliin potentiaalisesti *vangitsevana* tahona. Voi olettaa, että Yrjölä pitää mentorointitapaansa Jaanaa ”roolin vankina”, sillä Jaana ei ole urallaan päässyt toiveistaan huolimatta eteenpäin. Työpaikka tai rooli siellä voi siis olla ”vankila”, ja tällöin työn tuoma muutos voisi muuttaa työrooliakin.

Muutkin kuin yrittäjät voivat toteuttaa itseään ja unelmiaan vaihtamatta välttämättä työpaikkaa. Mentorit-palstan jutussa ”Unelma muuttuu puvuiksi” (Olivia 11/2013: 171) kuvataan pukuhuoltaja Anne Mustarastaan työtä esimerkiksi näin:

77) Monipuolisesti lahjakas Anne **on juuttunut** Svenska Teaternin puvustoon, **eikä pääse etenemään** taitojaan vastaavaan työhön organisaation sisällä tai sen ulkopuolella.

78) Anne ei mielestään pääse **toteuttamaan itseään** riittävästi nykyisessä työssään pukuhuoltajana.

Esimerkeissä 77 ja 78 virkkeillä implikoidaan, että työ on epämieluisaa juuri siksi, että etenemisen tai luovuuden mahdollisuuksia ei ole riittävästi tai lainkaan. Mustarastaan mentorointi ei juuttumisen kokemuksesta huolimatta keskity hänen työhönsä, vaan muuhun haaveeseen, joka tosin liittyy pukuhuolteluun ja näyttelyyn, joka esittelee Helsingin arkkitehtuuria ja historiaa kymmenen puvun avulla. Vaikka jutussa ei suoraan kerrota Mustarastaan toiveesta jättää nykyinen työpaikka, mentaaliset lausetyypit korostavat esimerkeissä 79–80, mitä hän projektilta toivoo ja miten paljon projektin toteuttaminen antaa hänelle voimaa.

79) **Toivon**, että näyttely esittelee minut maailmalle. Parhaassa tapauksessa sen kautta avautuu **uusi vaihe elämääni**. (Olivia 11/2013: 171.)

80) Oma projekti on antanut minulle itsetuntoa ja jaksamista myös töissä. **Tuntuu hienolta** huomata, että olen tässä hyvä. (Olivia 11/2013: 171.)

Unelmien toteuttaminen ja luovuuden käyttäminen antavatkin jutun mukaan voimaa muillekin elämäniloille, mikäli omassa työssä ei ole mahdollista käyttää luovuutta. Unelmien toteuttamisen kautta myös pyritään saamaan aikaan elämänmuutos.

Lukijoille järjestettiin marraskuussa 2013 myös mahdollisuus päästä tapaamaan ja kuuntelemaan mentoreita. Jokaisen mentorin esittelytekstissä mainitaan yksi heidän pääosaamisalueistaan ja ammattinimike ja mahdollisesti muutakin taustaa. Osaamisalueiden perusteella lukijaa tulisi kiinnostaa uralla eteneminen ja yrittäjäyys (mitkä onkin jo mainittu tässä työssä useaan kertaan) sekä muiden innostaminen ja auttaminen. Lukijan tulisi myös olla karismaattinen, jotta unelmat voisi toteuttaa. Lyhyessä tekstissä toistuu kahdesti *inspirointi*, kerran verbinä ja kerran adjektiivina. Muita adjektiiveja ovat esimerkiksi *kiinnostava*, *tärkeä* ja *paremman*. Verbimuotoja tekstissä ovat esimerkiksi *ovat rohkaisseet* sekä *partisiipit kokenut*, *rakentanut* ja *oppinut*. Olivian mentorit siis ovat saavuttaneet asemansa kokemuksella ja oppineisuudella. Lisäksi inspiroiminen, innostaminen ja rohkaiseminen ovat sellaisten piirteiden joukossa, jotka voi tulkita auttaneen mentoreita nykyiseen asemaansa.

81) Löydä **oma karismasi**. Start-up-yrittäjä ja Egosta fantasmagoon -kirjan kirjoittanut Maaretta Tukiainen kertoo, miten voit karismasi vapauttamalla **löytää unelmasi**.

Tiedätkö, miten **uralla edetään**? Mediayrittäjä Elina Yrjölä kertoo **kokeneen** esimiehen näkökulmasta, millainen on **kiinnostava työntekijä**.

Entä jos sinäkin **ryhtyisit yrittäjäksi**? Heebon perustaja Susanna Rantanen kertoo **inspiroivan** yrittäjätarinansa ja sen, mitä hän **on matkallaan oppinut**.

**Opi innostamaan** muita! Konsultti ja Pekka Haaviston vaalikampanjan **rakentanut** Riikka Kämppi neuvoo, miten ihmiset saadaan **auttamaan toisiaan**.

Naiset, jotka **inspiroivat**. Toimitusjohtaja Sini Palmroos kertoo ihmisistä, jotka **ovat rohkaisseet** häntä eteenpäin.

Miksi tämä kaikki on tärkeää? Olivian päätoimittaja Veera Luoma-aho lanseeraa kampanjan, joka tekee maailmasta vähän **paremman**. (Olivia 12/2013: 144.)

Mentorointiohjelma esittelee konkreettisia esimerkkejä siitä, mitä tapahtuu tavallisten, eri alojen työntekijöiden alkaessa toteuttaa itseään työssään tai edetä urallaan.

Syyskuun numeron mentoriohjelmajutussa Matkalla tuntemattomaan on useampia kohtia, joissa toivotaan rohkeuden lisäksi onnellisuutta työltä ja toivotaan työn olevan esimerkiksi intohimon kohde. Pukuhuoltajana työskentelevä mentoroitava Anne Mustarastas kertoo tavoitteestaan näin:

- 82) Tarvitsen mentoria auttamaan minua ulos tästä **murmelin elämästä**, kohti intohimojani. Uskon onnellisuuden siemenen olevan **työssä, jota rakastaa**. Minussa on paljon patoutunutta hulluutta, mielikuvi-  
tusta ja iloa odottamassa räjäyttämistään maailmaan. (Olivia 9/2013: 131.)

”Murmelin elämä” viittaa siis samankaltaiseen päivästä toiseen toistuvaan rutiiniin ja siitä ulos pääseminen johtaa vastakohtaan, omiin intohimoihin. Tavoitteena lienee myös saada työ, jota kohtaan tuntee suorastaan rakkautta ja jossa voi olla onnellinen. Mustarastas kuvaa sisällään olevan paljon patoutunutta ”hulluutta, mielikuvitusta ja iloa”, jotka hän ilmeisesti toivoo päästävänsä valloilleen työnsä kautta, eikä esimerkiksi vapaa-ajan harrastusten puitteissa.

Toinen onnea työstä etsivä mentoroitava on asiakasneuvoja Miia Haavisto. Hän kuvaa mento-  
rintiohjelman tavoitteitaan näin:

- 83) Pohdin, mikä tekee minusta onnellisen ja mikä minusta tulee isona. Haluan niin monia asioita, etten näe metsää puilta. (Olivia 9/2013: 130.)

Haavistonkin toiveissa on siis löytää onnellisuutta, tosin tässä tekstissä hän ei eksplisiittisesti ilmaise onnen löytyvän työstä. Koska Haavisto kuitenkin on mukana mentoriohjelmassa, on oletettavissa, että hän haluaisi kokea onnen tunteita työnsä(kin) kautta.

Koivumäki sanoo (2009: 103), että ns. jälkihyrookraattinen tai jälkiteollinen työntekijä tarvitsee aiempaa sukupolvea enemmän itsensä toteuttamista. Siinä missä teollisessa yhteiskunnassa työstä haettiin turvaa ja vakautta, nykypäivän työntekijä on luova ja muuttumaan pyrkivä (vrt. esimerkit 77–78). Muita jälkihyrookraattisen organisaation tunnusmerkkejä ovat tiimityön runsaus, vallan hajauttaminen, työntekijöiden harjoittama itsekontrolli ja sitoutuneisuus organisaation visioihin ja missioihin (Koivumäki 2009: 104–105). Työntekijän ei siis tarvitse puurtaa yksin, vaan hän saa tukea koko muulta työyhteisöltä, jonka osa esimieskin on – hierarkia ei ole jyrkkää eikä esimies kontrolloi ja vahdi alaisiaan. Motivaation työhön tulee kummuta sisäisistä tekijöistä, eli työntekijän on oltava sitoutunut työpaikkansa arvoihin ja haluavansa tehdä parhaansa organisaation eteen.

### 4.3.2 Feature-artikkelit

Tammikuun numerossa Laura Mattilan kirjoittama juttu ”Luulitko, ettet koskaan eläisi miehesi rahoilla?” (Olivia 1/2013: 111–115) on kotirouvan näkökulma työelämäään. Mattila kertoo omasta kokemuksestaan ”elättinä” hänen miehensä ollessa Shanghaissa työkomennuksella ja tunteista, joita aika ilman töitä ja oman rahan ansaitsemista Mattilassa herätti. Artikkelissa on lukuisia kohtia, joissa korostuu rahojen itse ansaitsemisen tärkeys. Myös toistoa ja lyhyitä lauseita käytetään tehokeinona korostamaan, miten oma raha on ollut Mattilalle tärkeää esimerkiksi haluamiensa asioiden toteuttamiseen. Rahattomuus sen sijaan liittyy vanhanaikaisuuteen, menneisyyteen ja *1950-luvulle palaamisena* ja se on jotain *peitettävää* ja sen esiin tuominen *tunnustettavaa*.

- 84) Laura Mattila on **aina** elättänyt itsensä. (Olivia 1/2013: 111.)

- 85) Yleensä vain tuijotin numeroita ja **nautin** siitä, että olin **ansainnut rahat itse**. Minä olin voimakas, itsenäinen ja riippumaton nainen. Jos halusin **tarjota ravintolaillallisen**, minä **tarjosin ravintolaillallisen**. Jos halusin **matkustaa Roomaan**, minä **matkustin Roomaan**. **Itse ansaitsemillani** rahoilla. (Olivia 1/2013: 112.)
- 86) Aina kun tutustun uusiin ihmisiin, painotan viimeistään kolmannessa lauseessa, että maksan monia asioita myös **omilla rahoillani**. Että minulla on säästöjä. Että käytän niitä. **Harvoin tunnustan**, että **omat rahani** eivät riitä mihinkään. **Yritän peittää** sen tosiasian, että olen palannut **1950-luvulle**. (Olivia 1/2013: 112.)

Raha liittyy myös itsetuntoon. Tämä käy ilmi Mattilan tekemästä Google-hausta. Virke implikoi, että raha vaikuttaa naisen itsetuntoon, tässä tapauksessa rahan puute tai kyvyttömyys hankkia sitä aiheuttaa esimerkiksi *epätoivoa*.

- 87) Yhtenä **epätoivoisena** iltana kirjoitan Googlen hakukenttään sanat nainen and **itsetunto** and raha. (Olivia 1/2013: 112.)

Esimerkit 88–91 osoittavat, että tekstissä on runsaasti sekä positiivista että negatiivista tunnesanastoa, kuten *varma*, *huolestutti*, *vihaan*, *rakastan* ja *ahdistavaa*.

- 88) ...melkein tärisin innosta. **Olin varma**, että kaikki järjestyy. [--] Oikeastaan vain yksi asia **huolestutti** minua. Raha. (Olivia 1/2013: 112.)
- 89) Voisinko paljastaa, että **vihaan** sitä, että kaikki tässä huoneessa ovat naisia? [--] **Vihaan** sitä, että kaikki automaattisesti olettavat, että vain mieheni on töissä. **Vihaan** sitä, että he ovat oikeassa. (Olivia 1/2013: 112.)
- 90) **Rakastan** pilvenpiirtäjien hehkua, savunmakuista ilmaa ja naisia, jotka kävelevät kadulla yöpaita päällä. **Rakastan** kiinan kielen opiskelua ja taksikuskeja, jotka eivät puhu sanaakaan englantia. Rahatomuutta **en rakasta**. **Vihaan** sitä vielä enemmän kuin uskalsin pelätä. (Olivia 1/2013: 112.)
- 91) Mikä tässä on niin **ahdistavaa**? (Olivia 1/2013: 112.)

Mattila kirjoittaa myös lukemastaan väitöskirjasta, joka käsittelee Singaporessa asuvia suomalaisko-tirouvia. Mattila lainaa väitöskirjaa tekstissään, mutta jutusta ei selviä, kuinka suora lainaus on ky-seessä ja miten paljon Mattila on muotoillut väitöstutkimusta omin sanoin. Kotirouvista muotoutuu kappaleen pohjalta kuva *kotona kökkivistä eläteistä*, joille ei ole *kulttuurissamme tilaa*. Naisten työskentelyä Suomessa kuvaa adverbi *aina* ja syy työskentelylle on *pakko*.

- 92) Oksanen kirjoittaa, että kyvystä elättää itsensä on muodostunut **täysivaltaisen kansalaisuuden** tunnusmerkki. Naiset ovat **aina** tehneet Suomessa töitä, koska olemme voineet ja koska on ollut **pakko**. Jos vanhempainvapaata ei lasketa, **kulttuurissamme ei yksinkertaisesti ole tilaa ihmisille, jotka kökkivät kotona muiden elätettävänä**. (Olivia 1/2013: 112.)

Tekstin mukaan suomalainen kulttuuri ei hyväksy tai salli työssä käymättömiä ihmisiä. Itse ansaittu raha on merkki *täysivaltaisesta kansalaisuudesta*, ja näin implikoidaan, että ne, jotka ovat kyvyttömiä elättämään itsensä, ovat jonkinlaisia toisen luokan tai alempiarvoisia kansalaisia. Mattila mainitsee myös tiedon siitä, mitä *muut* miehen rahoilla elämisestä *ajattelevat*. Tätä tietoa ei kuitenkaan avata lukijalle, ellei se sitten viittaa Oksasen tutkimustulokseen kulttuurisesta hyväksynnästä, josta on kerrottu muutamaa kappaletta aiemmin.

- 93) Mikä tässä on niin **ahdistavaa**? Sekö, että mieheni kustantaa väliaikaisesti elämämme? Vai se, että **tiedän, mitä muut tästä ajattelevat**? (Olivia 1/2013: 112.)

Mattila myös järkyttyy siitä, ettei olekaan ollut haluamansa kaltainen roolimalli kolmevuotiaalle tyttärelleen käymällä töissä. Teksti implikoi, että vain töissä käyvä äiti voi toimia tyttärelle mallina *voimakkaasta, itsenäisestä ja riippumattomasta* naisesta, ja ilmeisesti kotiäiti olisi töissä käyvää huonompi roolimalli. Mattila ei halua kasvattaa tytärtään *sellaiseen maailmaan*, jossa vain isät käyvät töissä. Töissä käymättömyys ja siihen liittyvät huolet kuvataan *omana tuskana*.

- 94) Ei äidit tee töitä, isit vain. Sellaiseenko maailmaan haluan tyttäreni kasvattaa? Että piirtele sinä niitä sydämiä, kyllä joku mies sinusta huolehtii. Illalla **tihrustan** miehelleni, että **kamala**, mitä olen tehnyt. Olen keskittynyt niin täysin **omaan tuskaani**, etten ole ajatellut, millainen roolimalli olen tyttärelleni. [...] Minä, joka haluan, että tyttärestäni kasvaa **voimakas, itsenäinen ja riippumaton**. (Olivia 1/2013: 115.)

Jutussa tuodaan esille hyvin vähän muiden kotirouvien näkökulmaa: tekstissä tulevat Mattilan ajatusten lisäksi ilmi vain Singaporessa asuvat naiset (esimerkki 95) sekä Mattilan tapaamat Shanghaissa asuvat suomalaiset. Huomionarvoista on, että Shanghaissa asuvien suomalaisnaisten suhtautuminen miehen rahojen käyttöön on Mattilan omaa tuntemusta tiedon sijaan esimerkissä 96. Myöhemmin Mattilan asenne on kuitenkin muuttunut positiivisemmaksi (esimerkki 97).

- 95) Oksanen on haastatellut Singaporessa asuvia suomalaisia kotirouvia. He **eivät pysty nauttimaan** uima-altaista, kotiapulaisista ja pitkistä aamukahveista, koska takaraivossa jyskyttää ajatus siitä, **etteivät he ole ansainneet** niitä. (Olivia 1/2013: 112.)
- 96) Kaikki täällä tapaamani suomalaisnaiset sanovat, että olisi ihanaa, jos olisi omaa rahaa tai jos voisi ostaa käsilaukun ilman, että mies saa tietää, mitä se maksaa. Silti **tuntuu**, että **muut suhtautuvat** puolison rahoilla elämiseen **rennommin kuin minä**. **He ajattelevat**, että koska ulkomaille on lähdetty yhteisestä päätöksestä, myös rahat ovat yhteisiä. (Olivia 1/2013: 113.)
- 97) Voisin töksäyttää, että olen onnellinen. Että **annoin** jo pari kuukautta sitten **itselleni luvan nauttia** ja kokea ja oppia ja elää. **En jaksa enää ruikuttaa**. (Olivia 1/2013: 114.)

Suomalainen kotirouva ei siis osaa tai voi nauttia joutilaisuudesta, sillä sen tulisi olla *ansaittua*. Mattilakin oppii kuukausien mittaan nauttimaan uudesta elämäntilanteesta, mutta vasta *annettuaan itselleen luvan*. Kotirouvan arki näyttäytyy tekstissä esimerkiksi *pitkinä aamukahveina* eli kiireettömyytenä eikä siinä esitellä muunlaista kotirouvan arkea, kuten taloustöitä tai lastenhoitoa – toki *kotiapulaisista* on maininta. Olisikin mielenkiintoinen näkökulma, mikäli vaikkapa Mattila ja joku Suomessa asuva kotirouva saataisiin dialogiin keskenään.

Artikkeli päättyy siihen, että Mattila saa vakituksen kolumnistin paikan. Teksti kuvaa Mattilan intoa, hyvää tunnetta sekä jälleen myös omaa rahaa. Työtä kuvataan myös *oikeana työnä*, ilmeisesti vertautuen Mattilan aiempaan arkirutiiniin eli kiinan kielen tunteihin.

98) Hän kysyy, kiinnostaisiko vakikolumni. Minun on **vaikea hillitä** sormiani, ettei ruudulle ilmesty yli kolmea huutomerkkiä. **Kyllä!!!** [--] Kun kävelemme käsi kädessä kohti päiväkotia, sanon tyttärelleni, että tänään äiti tekee töitä. ”Ai mitä töitä”, tytär kysyy. ”**Oikeita töitä**”, minä vastaan. Sen sanominen tuntuu **valtavan hyvältä**. (Olivia 1/2013: 115.)

99) Vilkutan takaisin, **hymyilen** ja kaivan **oman lompakkoni** repusta. (Olivia 1/2013: 115.)

Kokonaisuudessaan teksti esittää kotirouvan roolin tyydyttämättömänä, riippuvaisena ja suorastaan tuskaa aiheuttavana. Vaikka toimittaja oppii ajan myötä nauttimaankin uudesta roolistaan, innostus työtä kohtaan on selkeää ja toimii onnellisena päätöksenä jutulle.

Hanna Jensenin artikkeli ”Työ, pizza & tasa-arvo” (Olivia 2/2013: 38–43) on toimittajan reportaasi ohjelmistopalveluyhtiö Futuricesta, joka kehittää netti- ja mobiilipalveluita esimerkiksi teleoperaattoreille, laitevalmistajille ja mediataloille. Futurice valittiin vuonna 2013 Suomen ja Euroopan parhaaksi työpaikaksi Great Place to Work -kilpailun keskisuurten yritysten sarjassa. (Olivia 2/2013: 43.) Toimittajan ajatukset ja muut mentaaliset prosessit ovat vahvasti mukana koko jutun ajan (esimerkit 100–104), ja juttu on kirjoitettu ensimmäisessä persoonassa kuvaten tarkasti Futuricessa vierailun tapahtumia.

100) Ensimmäiseksi riisuudun alastomaksi. Kello on 8.30 perjantaina, ja olen saapunut Futuriceen. Siirrän kotitoimistoni muutamaksi päiväksi ohjelmistoja kehittävään helsinkiläisyriitykseen, koska se valittiin viime vuonna Suomen parhaaksi työpaikaksi. **Haluan nähdä**, miten sellaisessa yrityksessä työskennellään. (Olivia 2/2013: 39.)

101) Pysähdyn lukemaan ensimmäisen listan otsikoita [--] **Kiinnostun**. (Olivia 2/2013: 39.)

102) Eteisaulassa **huomaan**, että seinä on vuorattu kommentailla... (Olivia 2/2013: 39.)

103) Minua **alkaa epäilyttää**. Aikamoinen luottamus. Aika paljon ekstraa. (Olivia 2/2013: 40.)

104) **Tajuan**, että Futuricella humoristinen ote näkyy kaikessa... (Olivia 2/2013: 43.)

Ingressissä mainitaan, kuinka toimittaja ”soluttautui Suomen parhaaseen työpaikkaan ja selvitti, mitä sieltä voisi oppia”. Jutun lomassa onkin useita punaisella fontilla painettuja kohtia, joiden perässä on kynää pitelevä käsi. Kohdat symboloivat huomionarvoisia ja muistiinpanon kaltaisia kohtia, jotka vastaavat ingressin kysymykseen siitä, mitä Futuricelta voisi oppia.

Jensen asettaa useammassa kohdassa vastakkain sen, miten työpaikoilla tavallisesti toimitaan, sekä sen, miten Futuricella toimitaan toisin työhaastattelutilanteessa, projektien esittelyssä, palautteenannossa ja sääntöjen ja prosessien luomisessa (esimerkit 105–108).

105) **Futuricen johto** haluaa tietää, millainen ihminen työnhakija on. Liian usein **työhaastatteluissa** rekrytoijat vain jauhavat omasta yrityksestään. **Futuricella** työntekijät otetaan työhaastatteluihin mukaan. (Olivia 2/2013: 39.)

106) He ovat valmiita kuuntelemaan 150 mielipidettä, vaikka mainonnan suunnittelija on tuuminut, ettei keskeneräistä työtä kannata näyttää. **Futuricella ei toimita** niin. (Olivia 2/2013: 40.)

107) Työaikaa alettiin seurata, matkalaskut piti hyväksyttää etukäteen, seminaareihin piti pyytää lupa. **Niin kuului tehdä. Niin oikeat firmat tekivät. ”Se oli virhe”**, Nevanlinna sanoo nyt. (Olivia 2/2013: 41.)

108) Koska **palautetta** tulee jatkuvasti ja paljon, sitä **ei tarvitse jännittää**. Palaute on tietoa omasta työstä, ei syyttelyä. **Futuricen filosofian mukaan** virheet, ongelmat ja ristiriidat ovat oppimisen perusta. (Olivia 2/2013: 43.)

Jutussa asetetaan vastakkain Futurice ja ”oikeat firmat” tai jätetään elliptisesti pois, mitkä kaikki firmat toimivat toisin kuin Futurice. Artikkelin luettelee useita esimerkkejä siitä, miten muualla hoidetaan liikeasioita ja Futurice julistaa kyseiset tavat jopa virheiksi, ainakin heidän firmansa toiminnassa. Myös esimerkiksi palautteesta ja sen saamisesta välitetään kuvaa, jonka mukaan se on jännittävää ja pelottavaa syyttelyä, kuten esimerkki 108 osoittaa. Futuricen palautteenanto sen sijaan kuvataan *oppimisen perustana*. Herää kysymys, eikö palaute ole tätä joka tapauksessa kaikilla työpaikoilla, ja onko syyttelyn tunteessa ennemminkin kyse palautteen sävystä eikä sen harvinaisuudesta.

Jensenin artikkeli päättyy pehmentämään Futuricen täydellisyyttä.

109) **Ei** Futurice **mikään taivas** ole. Palkat ovat suunnilleen samaa tasoa kuin alalla yleensä. Työntekijöiltä **vaaditaan kovaa** tulosta. **Työstä puhutaan niin paljon**, että tavallaan päällä on jatkuva palaveri. Täälläkin on selvitettävä ihmisten välisiä **kahnauksia** ja tuotava kuitit ostoksista. (Olivia 2/2013: 43.)

Jutun loppuun on liitetty tilastoja Olivian työkyselystä. Sen mukaan kolme eniten työssä motivoivaa asiaa ovat merkityksellisyys, kiva työyhteisö ja palkka. Motivoiviksi mainitut asiat korreloivat Ylöstalon (2009: 90) mainitsemien motivoivien piirteiden kanssa. Työkyselyn vastaajista 70 % työskentelee hyvässä tai melko hyvässä ilmapiirissä ja 60 % vastaajista voi vaikuttaa työnsä sisältöön.

Idealist-yrityksen perustaja ja 925-hankkeen tutkija Saku Tuomiselta on saatu viisi vinkkiä työpäivän parantamiseksi. (Olivia 2/2013: 42.) Lehdessä ei mainita kyselyn ajankohdasta, mutta Olivian päätoimittajan blogi kertoo kyselyn tehdyn syksyllä 2012 (Paalosalo-Jussinmäki 2013).



Lokakuun numerossa on Laura Rantasen juttu ”Arvostin itseäni vain työn kautta” (Olivia 10/2013: 168–171). Artikkelin kertoo ohjelmapäällikkö Anna Laineesta, joka jäi vuorotteluvapaalle vakituisesta työstään oltuaan tyytymätön ja jatkuvasti väsynyt. Vaikka juttu on otsikko mukaan lukien kirjoitettu yksikön ensimmäisessä persoonassa, juttua ei ole kirjoittanut puhuja itse (vrt. ”Haluatko todella vaihtaa alaa?”, Olivia 4/2013). Toimittaja on häivyttänyt itsensä ja roolinsa jutusta kokonaan.

Laine kuvaa entisen työnsä negatiivisia puolia tuntemustensa kautta. Jutun aluksi kuvataan myös Laineen elämän muita puolia, jotka olivat näennäisesti hyvin ja menneet hänen haluamallaan tavalla tuomatta kuitenkaan tyydytystä.

110) Omistin **toiveideni** asunnon suositussa puutalokaupunginosassa, minulla oli **kaupungin ihanin työ** ohjelmapäällikkönä Radio Helsingissä ja **parhaat mahdolliset** työkaverit, jotka tekivät työtään suurella intohimolla. Olin **saanut kaiken**, mitä halusin. **En kuitenkaan ollut tyytyväinen**. Huomasin olevani **jatkuvasti väsynyt**. Töissä **tunsin itseni esteeksi** asioiden etenemiselle. **Sanoin usein ensimmäiseksi ei**, vaikkein ollut vielä miettinyt koko asiaa. (Olivia 10/2013: 168–169.)

111) Sitten yhtenä päivänä istuin **taas yhdessä palaverissa** [--] palaveri **tuntui hyödyttömältä**. Kaikilla oli uusia ideoita, mutta **tiesin, että ne päättyisivät** ”kehityspotkeen”, eikä niistä kuultais enää koskaan. Tein valtavasti töitä, mutta kukaan **ei tuntunut ottavan työtäni tosissaan**. Menin esimieheni luo ja sanoin, että **ajattelin irtisanoutua**. (Olivia 10/2013: 169.)

Laine myös kuvailee, millaisia asioita hän vuorotteluvapaansa aikana itsestään havainnoi. Työtä muistellessaan Laine kertoo uupumisensa syistä käyttäen esimerkiksi sanoja *halveksin* ja *huonous* (esimerkki 112). Toisaalta Laine puhuu työstään myös *ankkurina* ja *turvapaikkana*, jotka ovat varsin positiivisia määritteitä, kuten esimerkissä 113.

112) Pyöriäni miehen mieleen alkoi tulla kaikkea sitä **kuonaa**, mikä minut oli väsyttänyt: **Halveksin itseäni** esimiehenä. En ollut antanut mielestäni tarpeeksi hyvää palautetta, olin vain keskittynyt ongelmiin. **En ollut paneutunut** työtoverieni hyvinvointiin. Tunsin jääneeni kiinni **huonoudesta** ja ajattelin, etten enää koskaan saa töitä. (Olivia 10/2013: 169.)

113) Siihen asti työ oli ollut **ankkurini, turvapaikka, jonne pakenin**, kun parisuhde päättyi tai muu kriisi iski. (Olivia 10/2013: 169.)

Laine kertoo myös terapiakokemuksistaan (esimerkit 114–115), jolloin ymmärsi itsearvostuksensa kumpuavan vain työstä. Tästä oivalluksesta on poimittu myös artikkelin otsikko. Laine esittää myös vertauskuvia *portaikosta* (tosin terapeutin suusta) ja vertailuja sen välillä, mitä teki ja sen, miten aikoo muuttaa toimintaansa (keskittyminen sanomiseen eikä oletettuun tarkoitukseen; luopuminen). Vertailuja tehdään myös Viron ja Suomen toimintatapojen välillä esimerkeissä 116–117.

114) Terapeutin kanssa aloimme selvittää, mistä haitalliset tapani tulivat ja kehittää uusia, parempia toimintamalleja. [--] Ymmärsin, että **arvostin itseäni vain työn kautta**. Tajusin, etten koskaan voisi olla riittävän hyvä, ahkera, hauska, kaunis tai ammattimainen **kelvatakseni itselleni**. En itse pitänyt itsestäni, joten en uskonut kenenkään muunkaan pitävän. (Olivia 10/2013: 169–170.)

115) Terapeutti sanoi, että olin rakentanut itselleni **portaikkoo**. Tiesin minne olen matkalla, ja rakensin itselleni aina uuden portaan päästäkseni lähemmäs tavoitetta. Kun törmäsin kattoon, yritin päästä sen läpi. [--] Hyväksyn sen, ettei minulla ole vastausta kaikkeen, kun jokin askarruttaa, pyydän apua enkä säilö kriisejä sisääni. **Keskityn enemmän** siihen, mitä ihmiset sanovat, **kuin siihen**, mitä arvelen heidän tarkoittavan. **Luovun** kontrollista. (Olivia 10/2013: 170.)

116) **Suomessa ei** ole hyväksyttävää epäonnistua. Havaintoa vahvisti se, että virolaiset ystäväni ymmärsivät minua täysin. **Heidän mielestään** meillä suomalaisilla on aina musta pilvi päämme päällä. Olemme jatkuvasti **huolissamme tulevaisuudesta**. **Virolaiset ajattelevat** isojen juttujen tapahtuvan joka tapauksessa, joten murehtiminen on ajanhukkaa. (Olivia 10/2013: 170.)

117) Ihailen virolaista yritteliäisyyttä. Suomessa totuin köröttelyyn, Virossa ajetaan formulaa. Yrityksiä syntyy ja kuolee ilman, että siitä tehdään numeroa. (Olivia 10/2013: 171.)

Artikkeli kertoo epätyypillisen eksplisiittisesti, millaista työn ei kuulu olla ja millaisia tunteita se ei saa aiheuttaa. Viestinä on, että onnellisuuden ja itsearvostuksen tuleekin kummuta ensisijaisesti muista asioista kuin työstä, mihin Laine on saanut apua terapiasta. Muut Olivian artikkelit ovatkin keskittyneet lähinnä implisiittisiin ajatuksiin siitä, että työn kuuluisi olla vaikkapa mieluista, intohimon purkamisen kanava tai unelman toteuttamista. ”Arvostin itseäni vain työn kautta” päättyy implisiittisten vihjausten sijaan tuomaan selkeästi esiin tärkeimmän työn piirteen: Laine ei koe tarvitsevänsä urahaaveita vaan haluaa tehdä *kivoja töitä* ja tärkeintä on olla *oma iloinen* itsensä.

118) Nyt kun olen tajunnut, etteivät ulkoiset asiat tee minua onnelliseksi, päteminen on jäänyt. Viimeksi työhaastattelussa sanoin, **ettei minulla ole enää urahaaveita**. Haluan tehdä vain **kivoja töitä**. [--] Tärkeintä on, että olen taas **oma iloinen itseni**. (Olivia 10/2013: 171.)

”Pilaako kunnianhimo sinunkin elämäsi?” -niminen artikkeli (Olivia 8/2013: 89–91) kertoo toimittaja Outi Kaartamon suulla kunnianhimosta ja siitä, mitä se tarkoittaa niin hänen elämässään kuin yhteiskunnallisestikin. Juttu on hyvin omakohtainen ja sisältää paljon esimerkkejä toimittajan omista kokemuksista lapsuus- ja aikuisiältä.

119) **Jouduin** erikoiseen kilpailutilanteeseen muutama vuosi sitten. Kiva työpaikka alkoi vaikuttaa taitvaspaikalta, kun sitä halusi niin moni muukin. **Minusta tuli** hapannaama. **Ajattelin** kauheita muista ja itsestäni. (Olivia 8/2013: 89.)

120) Ala-asteella olisin saanut juoksukilpailuissa mitalin, mutta päästin söpön pisamanaamaisen Annan maaliviivalla ohi. Hän pyysi, eikä minulla ollut erityistä halua voittaa. Seurusteluiässä en ollut sitä tyyppiä, joka sähisi, että älä koske mieheeni. Sanoin, että vie mukanasasi, jos lähtee. Työelämässä jätin kerran hakematta työpaikkaa, josta myös ystäväni oli kiinnostunut. (Olivia 8/2013: 90.)

Toimittaja kritisoi kunnianhimoa ja kunnianhimoisia ihmisiä, ja saa ajatukselleen tukea myös psykologian professori Markku Ojaselta esimerkeissä 121–125. Toisaalta jutussa myös esitetään kunnianhimon hyvät puolet, kuten innostuminen ja kehittyminen (esimerkit 122).

121) **Mielestäni** kunnianhimoiset ihmiset aiheuttavat itselleen **turhaa kärsimystä**. [--] Kunnianhimo on kuitenkin **katala ansa**, joka **vaanii** meistä lepsuintakin. (Olivia 8/2013: 90.)

122) Onnellisuusprofessorina tunnettu psykologian professori Markku Ojanen suhtautuu **hänkin** kunnianhimoon **kriittisesti**. [--] Kunnianhimon **kohtuukäyttö** on eri asia. Se tarkoittaa, että ihminen **innostuu, tutkii ja kehittyy**. (Olivia 8/2013: 90.)

123) Ojanen vetää kohtuullisen tavoitteellisuuden ja **liiallisen kunnianhimon** välille rajan siihen, missä intohimo loppuu. (Olivia 8/2013: 91.)

124) Siirtyminen **kunnianhimon pimeälle puolelle** käy niin hitaasti, että sitä on vaikea tunnistaa. (Olivia 8/2013: 91.)

125)Lääke **liikaan kunnianhimo** on Ojasen mukaan melko yksinkertainen. (Olivia 8/2013: 91.)

Kunnianhimoon liitetäänkin jutussa paljon negatiivisia määritteitä: *kärsimys* ja *liiallisuus*, lisäksi kunnianhimolla on myös *pimeä puoli*.

Myös naisten asema nousee esiin kunnianhimon yhteydessä, ja jutussa on haastateltu opetusministerin työstä luopunutta kansanedustaja Sari Sarkomaata.

126)Mutta siitä ei pääse mihinkään, että **naisten kunnianhimo** ei ole henkilökohtainen vaan yhteiskunnallinen asia. (Olivia 8/2013: 90.)

127)”Tulin **ahneeksi elämälle**. Se **yllätti** itsenikin”, Sarkomaa sanoo. (Olivia 8/2013: 90.)

128)Päätöksestä seurannut **palaute oli ristiriitaista**. Sarkomaa sai ruokakaupassa spontaanit aplodit, mutta myös moitteita **epäfeministisestä** toiminnasta. (Olivia 8/2013: 90.)

129)Sarkomaa kertoo huomanneensa vasta myöhemmin, miten **työorientoitunut** oli. ”Olen tyytyväinen ratkaisuuni, **mutta ei kunnianhimoni ole kadonnut**. [--]” (Olivia 8/2013: 91.)

Naisen kunnianhimo näyttäytyy siis jopa sen kokijalle *yllättävänä*, mutta toisaalta muu maailma voi tuomita kunnianhimon toppuuttelun tai uran jättämisen *epäfeministisenä* (esimerkit 127–128). Vaikuttaa myös siltä, kuin uran jättäminen tarkoittaisi samaa kuin kunnianhimon täysi ehtyminen: Sarkomaa vakuuttaa olevansa tyytyväinen päätökseen jättää ministerin työ, ja *mutta*-konjunktio vahvistaa vielä, ettei työstä eroaminen suinkaan tarkoita kunnianhimottomuutta (esimerkki 129).

Juttu muistuttaa paljon huhtikuun numeron juttua ”Haluatko todella vaihtaa alaa?”, jossa toimittaja myös ruotii menneitä tunteitaan työtään kohtaan ensimmäisessä persoonassa.

Itsetuntemuksen ja mielihyvän diskurssi nojaa ajatukseen siitä, että haastateltavat oppivat työn kautta omasta persoonastaan ja identiteetistään jotain uutta, kuten Anna Laine havaittuaan arvostaneensa itseään vain työnsä kautta. Tämän ymmärrettyään Laineekin on pystynyt nauttimaan elämästä ja uudesta työstään enemmän. Intohimojen kanavoiminen työn kautta esitetään positiivisena voimavarana, ja haastateltavien tarinat toimivat inspiraationa niille lukijoille, jotka eivät pääse toteuttamaan itseään työssä haluamallaan tavalla. Myös kunnianhimoa esitellään erilaisista lähtökohdista, mutta silti päädytään siihen tulokseen, että kunnianhimo on eräänlainen ”liiallinen jatke” intohimolle. Työ ja siitä ansaittu oma raha esitetään myös itsetuntoon vaikuttavana tekijänä, kuten Laura Mattilan kotirouvajutusta tulee ilmi. Omista tulonlähteistä luopuminen ja toisen elätettävänä oleminen on suorastaan kulttuurisesti sopimatonta ja työssä käyminen ”pakollista”. Diskurssi esittää työssäkäymisen arvokkaampana kuin kotirouvana olemisen, ja kotona olemista pidetään esimerkiksi huonona mallina lapsille (esimerkki 94).

Kuten luvun 4.2 päätteeksi kerroin, itsetuntemuksen ja mielihyvän diskurssi linkittyy rohkeuteen mentoriohjelman näkökulmasta. 1990-luvun ”suuri aate”, itsensä kehittäminen taloudellista voitontavoittelua varten oli eräs kolmikymppisten uupumusta edistävä tekijä edellisen laman aikaan. Vaikka tuo aate synnytti joitakin menestystarinoitakin ja kehotti riskinottoihin ja rohkeuteen, se toisaalta synnytti toisissa riittämättömyyden ja epäonnistumisen pelkoa ja tunteen siitä, että ”työ ilman suuria voittoja on tyhjää työtä” (Heikka 2000: 42). Tämän tulkitsen näkyvän esimerkiksi Laura Mattilan tarinassa, jossa hän kokee tehneensä kovasti työtä, mutta työttömän kautensa aikana kokee tarvetta perustella miehensä rahojen käyttöä.

## **4.4 Yrittäjyyden ja yritteliäisyyden diskurssi**

### **4.4.1 Hyvä homma -palsta**

Hyvä homma -niminen palsta oli kuudessa Olivian numerossa vuonna 2013. Palstalla esitellään naisia, joilla on mielenkiintoinen työpaikka, kuvataan heidän työpäivänsä kulkua tai vuosien mittaan saatuja oppeja ja kerrotaan, kuinka he päätyivät nykyiseen työhönsä. Palstalla esiteltyt naiset ovat kaikki yksityisyrittäjiä: Stylewhile-vaatesovitussivuston perustaja Jutta Haaramo (Vaatekunnan sovitteija, nro 6/2013), viljelypuutarhuri, henkilökohtainen viljelijä Heidi Hovi (Kaalimaan vartija, nro 7/2013) Flow-festivaalien toimitusjohtaja Suvi Kallio (Kulttuurikasvattaja, nro 8/2013), neulesuunnittelija Veera Välimäki (Mallimestari, nro 10/2013), Suomen ensimmäinen kirjallisuusagentti, kirjaagenttuuri Stiltonin perustaja Tiina Kristofferson (Agentti numero 1, nro 11/2013) ja graafinen fasilitoija Tiina Hoskari (Yritysten Kylli-täti, nro 12/2013).

Neljä ensimmäistä Hyvä homma -juttua on järjestetty kolmen väliotsikon mukaan: ”Aluksi”, ”Käytännössä” (numerossa 87 ”Oivallus”) ja ”Jatkossa.” Kahdessa viimeisessä Hyvä homma -jutussa eli numeroissa 11 ja 12 väliotsikoinnista on luovuttu kokonaan.

”Aluksi”-väliotsikon alla kerrotaan esimerkiksi idean saamisesta yrityksen perustamista varten, työn ensimmäisistä vuosista tai uuteen työpaikkaan päättämisestä. Poikkeuksena on Kulttuurikasvat-taja -juttu numerossa 8, joka alkaa suoraan ensimmäisen Flow’n järjestelyistä, ei siitä, mistä idea uuden festivaalin perustamiseen lähti tai miksi vaikkapa juuri tuolla kokoonpanolla. Seuraava väliot-sikko on ”Käytännössä” tai numerossa 7 ”Oivallus”. Keskimmaisessä ”Käytännössä”- tai ”Oivallus”-kappaleessa kerrotaan tuntemuksista työtä kohtaan, pelkoja ja realiteetteja, ja jonkin verran kuvausta työtehtävistä. Työtehtävät on kuitenkin yleensä kuvattu seikkaperäisemmin omassa sarakkeessaan, jossa kerrotaan melko tarkka päivän aikataulu ja kuvaus tyypillisestä työpäivästä. ”Jatkossa” -kappa-leessa haastateltavat kertovat tulevaisuudensuunnitelmistaan työnsä suhteen ja mainitsevat, mistä ovat ylpeitä jo nyt. Lauseissa kuvataan ylpeyden tunteen lisäksi muita mentaalisia prosesseja, kuten toiveita ja näkemyksiä tulevaisuudesta (esimerkit 130–134).

130) **Olen ylpeä** siitä, mitä olemme jo nyt saaneet aikaan. Vuosi sitten meillä oli vain ajatus. (Olivia 6/2013: 44.)

131) **Olen ylpeä** siitä, että voin tehdä osani ympäristön suojelusta. (Olivia 7/2013: 42.)

132) **Haluan** kasvattaa Flow’n ulkomaalaisten kävijöiden määrää. (Olivia 8/2013: 34.)

133) Kymmenen vuoden päästä teen tätä samaa työtä, mutta toivottavasti vähemmän kontrollifriikkinä. **Toivon** oppivani myös jakamaan vastuuta. (Olivia 10/2013: 56.)

134) Kymmenen vuoden päästä **näen itseni** työskentelemässä ulkomailta käsin. [--] **Haluan** luoda uutta vielä 60-vuotiaanakin. (Olivia 11/2013: 54.)

Unelmat ja haaveet toistuvat usein yrittäjyydestä kertovissa jutuissa, samoin vastakkainasettelu aiem-min opiskellun alan tai aiemman työpaikan kanssa. Myös riskien tiedostaminen näkyy, mutta alan mielenkiintoisuus ja tärkeys kuitenkin voittaa pelon epäonnistumisesta.

135) Totta kai **irtisanoutuminen pelotti, mutta** olen aina halunnut yrittäjäksi. (Olivia 6/2013: 44.)

136) **Tuntui isommalta riskiltä jättää** tämä tekemättä. Sen jälkeen kun täytin 30, minusta on tuntunut, että haaveet pitää toteuttaa heti. (Olivia 6/2013: 44.)

137) **Mietin viikon** ennen kuin suostuin tähän työhön. **Tiesin, että työtä on kamalasti** [--] Projekti **tuntui kuitenkin tärkeältä** [--] (Olivia 7/2013: 42.)

138) Arkkitehtuuriopinnot olivat tauolla. Tuntui ettei aika riitä mihinkään omaan. [--] Olin opiskeluai-kana aina epävarma tulevaisuudestani. Se oli merkki, ettei arkkitehtuuri **ollut minun juttuni**. (Oli-via 10/2013: 56.)

139) Olen aina ollut lukutoukka ja haaveillut työstä kirjojen parissa. [--] Oli totta kai **haastavaa** hypätä ammattiin, jota kukaan ei ollut Suomessa tehnyt. (Olivia 11/2013: 54.)

140) **Uskoa tämä vaatii**. Koska moni ei ole kuullutkaan tuotteestamme, sitä on **hankalaa myydä**. (Olivia 12/2013: 53.)

Palstan jutuissa perustellaan yrittäjäksi ryhtymisen helppoutta perhetaustalla:

141) Jätin kokonaan muut työt, mikä tuntui tietysti epävarmalta. Toisaalta **olen yrittäjäperheestä**, joten oman festivaalin tekeminen **tuntui luontevalta**. (Olivia 8/2013: 34.)

142) Vuonna 2010 perustin yrityksen. Se **tuntui luontevalta**, koska myös it-alalla työskentelevä **mieheni on yrittäjä**. (Olivia 10/2013: 56.)

Perheen tarpeet ja toiveet voivat olla joskus vastakkaisia yrittäjän arjelle. Numeron 12 juttu osoittaa myös, että työ ei ole pelkkää työtä, vaan jotain johon heittäydytään ”koko persoonalla”.

143) Joskus saan **kotona arvostelua**, että työt eivät jää työpaikalle. Koti- ja työminää on toisinaan vaikea erottaa, koska **teen tätä koko persoonallani**. (Olivia 12/2013: 53.)

Hyvä homma -palstan faktalaatikko on mielenkiintoinen. Faktalaatikossa tiivistetään jutun olennaiset osat, eli haastateltavan nimi ja ikä, työpaikka sekä mahdollisesti alan koulutus. Lisäksi laatikon lopussa on neuvoa antava kohta ”Näin saat tämän työn”. Siinä haastateltava kertoo yhdellä lauseella, mitä hänen ammatissaan tarvitaan ja kuka työtä hänen mielestään voi tehdä.

144) ”Tarvitset vain idean ja rohkeuden toteuttaa sitä.” (Olivia 6/2013: 44.)

145) ”Tärkeintä on halu tehdä töitä luonnon ja ihmisten kanssa. Muun voi oppia.” (Olivia 7/2013: 42.)

146) ”Kerää ympärillesi mahdollisimman monipuolisia ja osaavia ammattilaisia. Festivaalin järjestäminen vaatii hyvän tiimin.” (Olivia 8/2013: 34.)

147) ”Lue ensin paljon ohjeita ja tee muiden suunnittelijoiden töitä. Kokeile suunnitella ohje: tarvitset vain kynää ja paperia.” (Olivia 10/2013: 56.)

148) ”Hanki kokemusta kirja-alasta ja erityisesti myyntityöstä. Kirjallisuusagentti on ensisijaisesti myyjä.” (Olivia 11/2013: 54.)

149) ”Opettele kuuntelemaan ja harjoittele kääntämään kuulemasi yksinkertaisiksi kuviksi.” (Olivia 12/2013: 53.)

Kaikissa neuvoissa annetaan ymmärtää, että koulutuksella ei ole niinkään merkitystä, vaan rohkeudella ja halulla tehdä juuri kyseistä työtä ja olla valmis oppimaan kaikki muu (vrt. esimerkki 147). Vaikka monet Hyvä homma -haastateltavat sanovatkin, että yrittäjäyys on esimerkiksi sisäsyntyinen ominaisuus tai perhesuhteet vaikuttavat haluun perustaa yritys, faktalaatikko kääntää asian niin, että tarvitaan vain halua, kokemusta, hyvä tiimi tai idea.

Mielenkiintoista on, miten haastateltavat ikään kuin vähättelevät sitä, mitä heidän alalleen tarvitaan. ”Vain” toistuu kahdessakin jutussa (esimerkit 144 ja 147): työn alkamiseen tarvitaan siis joko *idea ja rohkeutta* tai *kynää ja paperia*. Kahdessa jutussa mainitaan kokemuksen tärkeys (esimerkit 147 ja 148), eli pitää *lukea paljon ohjeita* ja *hankkia kokemusta kirja-alasta ja myyntityöstä*. Lyhyt formaatti ei puutu siihen, mikä oikeastaan on ”paljon”. Alalle haaveilevien koulutuksesta ei jutuissa mainita, eli oletettavasti kiinnostus ja mahdollinen harrastuneisuus ja muu kokemus on tärkeämpää kuin ”oikea” koulutus.

Myös juttujen ingresseissä kerrotaan siitä, miten haastateltavat ovat vain *päättäneet* ryhtyä alalle tai perustaa yrityksen.

150) Veera Välimäki hurahti neulomiseen, mutta ei löytänyt itselleen sopivia neuleohjeita netistä. Hän **päätti suunnitella** ne itse. (Olivia 10/2013: 56.)

151) Tiina Kristofferson on kauppatieteilijä, joka rakastaa kirjoja. Siksi hän **päätti ryhtyä** Suomen ensimmäiseksi kirjallisuusagentiksi. (Olivia 11/2013: 54.)

Numerossa 12 päätös yrityksen syntyyn johtavan tapahtuman järjestämisestä mainitaan vasta itse jutussa, ei ingressissä.

152) Koska Suomessa ei ollut alan kursseja, eikä minulla ollut varaa työttömänä matkustaa, **päätin tuottaa** itse tapahtuman, jossa opetettiin graafista fasilitointia. [--] Kolmen kuukauden kuluttua minulla oli oma yritys Kuvitellen. (Olivia 12/2013: 53.)

Pettymys aiempaan vallitsevaan tilanteeseen (neuleohjeiden saatavuus, kirjallisuusagenttien olemassaolo tms.) on johtanut yrityksen perustamiseen. Päättäväisyyden ohella ingresseissä esiintyviä yrittäjyyden syitä ovat intohimo ja kekseliäisyys:

153) Jutta Haaramo halusi sovittaa nettikauppojen vaatteita. Hänen **piti itse keksiä**, miten. (Olivia 6/2013: 44.)

154) Suvi Kallio on yksi Flow-festivaalin perustajista. **Intohimo on tehnyt hänestä** toimitusjohtajan. (Olivia 8/2013: 34.)

Numerossa 8 esitetään erityisesti kausaalinen suhde intohimon ja uran välillä. Intohimo esitetään jonnakin aktiivisena toimijana, joka aiheuttaa sen kokijassa konkreettista muutosta.

#### 4.4.2 Feature-artikkelit

Liisa Jokisen artikkeli ”En epäonnistunut vaan yritin” (Olivia 7/2013: 124–127) kertoo suomalaisesta Minni f. Ronya -vaatemerkistä, joka meni konkurssiin vuonna 2013. Yrityksen tarina on kerrottu toisen perustajan, Minni Suovan, suulla ja toimittaja on häivytetty jutusta kokonaan.

Hanna Jensenin artikkeli ”Ensimmäinen vuosi on pahin” (Olivia 11/2013: 50–53) on juttu kahdesta Jensenin tuttavasta, jotka ovat yksityisyrittäjiä. Artikkelissa kerrotaan vuorotellen kahvilanpittäjä Teija Jonesin ja jooga- ja pilateskoulun omistaja Annukka Salosesta, ja vuorotellen yrittäjäjärjestöjen edustajien lainauksia sekä tilastoja. Toisin kuin Jokisen juttu numerossa 7/2013, Jensen kommentoi ja ottaa osaa juttuun kautta tekstin, jutuntekoprosessin näkyessä jatkuvana linjana esimerkeissä 156–159. Myös ingressi (esimerkki 155) osoittaa mentaalisen prosessin, joka johti artikkelin syntymiseen.

155) Hanna Jensen **säikähti** yksinyrittäjien työtahtia ja alkoi selvittää, miksi niin moni heistä tekee työtään terveytensä uhalla. (Olivia 11/2013: 50.)

- 156) **Käteni** ovat tiskialtaassa. **Hinkkaan** lautasia puhtaaksi niin nopeasti kuin ehdin. On syksy 2011, ja **autan** ystävääni Teija Jonesia hänen uudessa Gottland-kahvilassaan Helsingin Meilahdessa. Hän ei ole pyytänyt apua, vaan **olen tunkenut** apuriksi väkisin. Kahvilan puolella on jono. Seuraan **huolestuneena**, kuinka Teija vääntää cappuccinoa espresson perään ja juoksee välillä ottamaan korvapuustit uunista. Hän ei menetä malttiaan. Hän hymyilee. **Minä en.** (Olivia 11/2013: 51.)
- 157) Tähän raatamiseen olisi tietenkin yksinkertainen ratkaisu: palkata avuksi työntekijä. Mutta **ky-synpä** keneltä tahansa yksinyrittäjältä, he sanovat, etteivät uskalla. (Olivia 11/2013: 52.)
- 158) Kun **seuraan** ystäviäni, **en ole enää varma**, onko työntekijöiden asema heikompi kuin yksin yrittävän. **Alan kysellä** tuntemiltani pienyrittäjiltä tarkemmin... (Olivia 11/2013: 52.)
- 159) Kun **kysyn**, onko heillä vielääkään yrittäjän vapaaehtoista sairausvakuutusta... (Olivia 11/2013: 53.)

Jensenin jutussa yrittäjyyden kanssa nostetaan esiin terveyden ja sairastamisen näkökulma. Yrittäjyydestä maalataan kuvaa ammattina, joka pahimmillaan johtaa terveysongelmiin – tämä tosin tulee ilmi vain toisen haastateltavan, Teija Jonesin tarinasta esimerkeissä 161–162. Toimittaja kuvaa myös huolestumisen tunnettaan, jota täytyisi tuntea niiden puolesta, jotka *eivät jaks*a. Jaksamisen lisäksi myöhemmin mainitaan (esimerkki 163), miten yrittäjällä ei myöskään ole *voimia* ottaa selvää vakuutusasioista. Terveys on myös jotain, jonka suorastaan *joutuu uhraamaan* työntekijää palkatessa (esimerkki 164).

- 160) Haluan huutaa tiskivuoren takaa, että hyvät ihmiset, tämän omistajan päivä on alkanut **kortisonipiikillä** käsivarteen! [–] **Huolestun kaikkien** palvelualalla olevien yksin yrittävien puolesta. Itse he **eivät ehdi. Eivätkä jaks**a. (Olivia 11/2013: 51.)
- 161) Hän sai **rasitusvamman** olkapäähensä ja teki töitä kortisonin ja voimakkaiden lääkkeiden turvin. (Olivia 11/2013: 51.)
- 162) Hän sai ensimmäisen kerran myös lepuuttaa **kipeää kättään**. (Olivia 11/2013: 53.)
- 163) Kun kysyn, onko heillä vielääkään yrittäjän vapaaehtoista sairauskuluvakuutusta, he sanovat, ettei ole aikaa **eikä voimia** ottaa selvää, mikä se on. (Olivia 11/2013: 53.)
- 164) Annukalla on yhteiskunnalle toivomus: kunpa se tulisi vastaan palkan sivukuluissa silloin, kun yksin yrittävä palkkaa ensimmäisen työntekijän. Silloin yrittäjä ei **joutuisi uhraamaan terveytensä**. (Olivia 11/2013: 53.)

Sairastaminen tai uupumus eivät tule muissa Olivian työelämäjutuissa esiin, ja ”Ensimmäinen vuosi on pahin” onkin tässä suhteessa muista poikkeava. Silti juttu ei kerro vaikkapa tilastoja yrittäjien terveysongelmista tai jaksamisesta – Jensen viittaa *kaikkiin* palvelualan yrittäjiin ja *heihin* jonkinlaisena homogeenisenä joukkona, joka ei ehdi tai jaksa olla huolestunut. Ajatus yrittäjistä sairastavana ja huonosti voivana ihmisryhmänä jää vaillinaiseksi. Esimerkiksi sivulla 53 kerrotaan, että yrittäjistä ja freelancereista on mukavaa mennä töihin neljänä päivänä viikossa, siinä missä palkansaajilla vastaava luku on kolme päivää viikossa. Ainakaan tällä mittarilla yrittäjän uupumus tai jaksamattomuus ei näy.



Jokisen jutussa on antonymioita, vastakkainasetteluja Suovan omien ajatusten ja nimettömien, “joidenkin” mahdollisten tai julkilausuttujen ajatusten välillä.

165)**Joku** voi ajatella, että olimme tyhmiä. **Minä** olen tyytyväinen, ettemme tyytyneet huonoon. (Olivia 7/2013: 125.)

166)**Monet** järkyttyvät, kun kuulevat meidän menneen konkurssiin. **Minusta** kyse ei ole epäonnistumisesta vaan yrittämisestä. (Olivia 7/2013: 126.)

Jensenin artikkeli luo antonymiat ammattiliittojen ja yrittäjien näkemysten välille. Suomen Pienyrittäjien puheenjohtaja ja Suomen Yrittäjien toimitusjohtaja ovat kahden jutussa haastatellun yrittäjän kanssa samaa mieltä. SAK:n kanssa näkemykset ovat vastakkaisia, yrittäjät ja työntekijät asetetaan eri puolille.

167)”Iso osa yksinyrittäjistä tekee alussa töitä seitsemän päivää viikossa”, sanoo Suomen Pienyrittäjien puheenjohtaja Harri Jyrkiäinen. Kysyn pienyrittäjiltä, myös toisilta uusilta kahvilanomistajilta. **Näin todella näyttää olevan.** (Olivia 11/2013:51.)

168)**Suomen Yrittäjien** toimitusjohtajan Jussi Järventauksen mielestä syyksi [irtisanomiselle] pitäisi riittää se, että työntekijä ei suoriudu tehtävästään. **Työntekijöiden edustajien näkemys asiasta on toinen.** (Olivia 11/2013: 52.)

169)Viime toukokuussa **SAK:n** Lyly totesi Ylen uutisissa, että raadollisimmillaan tilanne on se, että heti kun yrityksen talous tai toiminta sakkaa, työntekijöitä irtisanotaan tai toiminnot ulkoistetaan. **Yrittäjät** ovat **toista mieltä.** (Olivia 11/2013: 52–53.)

Suova reflektoi ja pohdiskelee silloisia valintojaan läpi tekstin eikä harmittele mitään. Ikävätkin kokemukset asetetaan jukstaposition positiivisten asioiden kanssa positiivisen kokemuksen eduksi.

170)Minni Suova haluaa muistaa yrityksestään sen, että **tahmeudesta huolimatta** yrittäjillä oli **hauskaa.** (Olivia 7/2013: 124.)

171)Minni f. Ronya oli **rankka mutta mahtava** kokemus, aikuisuuden koe. Sen jälkeen moni asia tuntuu helpolta. (Olivia 7/2013: 126.)

Samanlaisia piirteitä löytyy myös Jensenin jutusta. Toinen haastateltavista kertoo kohtaamistaan ongelmista, kuten uupumuksesta, mutta partikkeli *silti* nostaa positiiviset kokemukset negatiivisia tärkeämmiksi. Positiivisia asioita ja tunteita nostetaan myös esiin superlatiiveilla kuten *mahtavin* ja ad-  
verbeilla kuten *loputtomasti*.

172)Ensimmäisten kuuden kuukauden jälkeen Teija oli **uupumisen rajamailla**. Hän **ei kyennyt nauttimaan** kesälomasta, joka hänen oli pakko pitää levon takia. Kahvila oli sen aikaa kiinni, **eikä rahaa tullut mistään**. **Silti** Teija sanoi usein, että kahvilan pitäminen oli myös **ihanaa**. **Energiaa oli loputtomasti**. Oli **uskoa**, ja jono pienessä kahvilassa nosti **tunteen siitä**, että yrityksestä tulisi **maailman mahtavin**. (Olivia 11/2013: 51–52.)

173)Hänen piti taas alkaa pitää kahvilaa auki lauantaisin, joten hän menetti toisen vapaapäivänsä. **Silti** Teija on **onnellinen**. (Olivia 11/2013: 53.)

Jokisen jutun sanastossa on paljon positiivisia tunnesanoja (esimerkit 174–178), kuten *luottavainen*, ja urasta yrittäjänä nostetaan esiin tapahtumia, joita kuvataan sanoilla *hieno hetki* ja *juhlan aihe*.

174)Heiltä [vanhemmiltani] olen saanut mallin, että työ ja yrittäjyys ovat iloisia asioita. (Olivia 7/2013: 125.)

175)Messut nostivat itsetuntoamme. (Olivia 7/2013: 125.)

176)Se oli hieno hetki. (Olivia 7/2013: 125.)

177)Olin luottavainen. (Olivia 7/2013: 125.)

178)Annelle ja minulle Minni f. Ronyan tarina on juhlan aihe. (Olivia 7/2013: 126.)

Jensenin jutussa on joitakin täsmälleen samoja tunnesanoja, kuten *hieno hetki*. Siinä missä Jokisen jutussa *hieno hetki* viittaa onnistuneisiin messuihin ja useisiin sieltä saatuihin asiakkaisiin, Jensenin jutussa *hieno hetki* (esimerkki 179) on se, kun joogayrittäjä Annukka Salonen maksoi itselleen ensimmäistä kertaa palkkaa kolmen vuoden yrittäjyyden jälkeen.

179)Palkkaa Annukka maksoi itselleen ensimmäisen kerran tämän vuoden tammikuussa. ”Se oli hieno hetki”, hän sanoo. (Olivia 11/2013: 52.)

Mielenkiintoista on, että Suova kertoo samoista tilanteista sekä yksikön että monikon ensimmäisessä persoonassa. Hän saattaa kertoa omasta kovasta työnteostaan ja työhön liittyvistä henkilökohtaisista tunteistaan, mutta kuitenkin kuvailla myös hänen ja liikeyrityksensä Anne Törnroosin yhteistä kokemus- ja tunnemaailmaa (esimerkit 180–183).

180)**Olin** pannut kaiken ajan ja energian Minni f. Ronyaan, ja sitten tuli asiakkaita, jotka ostivat **ajatuksemme**. (Olivia 7/2013: 125.)

181)**Palasimme** silti Suomeen hyvillä mielin ja **aloimme** miettiä tuotantoa. **Olin** luottavainen. **Olimme** saaneet Suomestakin jo kolme jälleenmyyjää. (Olivia 7/2013: 125.)

182)Tämän vuoden alussa **olimme** taas työhuoneella. **Olin** juuri allekirjoittamassa Kööpenhaminan messuilta tullutta tarjousta, kun **päätin** tarkistaa budjettimme vielä kerran. (Olivia 7/2013: 126.)

183)**Tiesin** alusta asti, ettei Minni f. Ronya jatka ikuisesti. **Puhuimme** jo startatessamme, että katsotaan kolme vuotta ja päätetään sitten, **jatkammeko**. (Olivia 7/2013: 126.)

Suovan sanojen mukaan yrittäjyys on synnynnäinen tai suvussa kulkeva ominaisuus. Samanlaista ajatusta esiteltiin jo useammassa Hyvä homma -palstan jutuissa (ks. luku 5.4.1, esimerkit 141–142). Muita jutussa esiintyviä yrittäjyyden piirteitä ovat *luja motivaatio ja sitoutuminen*.

184)Meillä oli Annen kanssa sama työmoraali ja yhtä **luja motivaatio ja sitoutuminen** yritykseen. (Olivia 7/2013: 125.)

185)Olen **kasvanut yrittämiseen** pienestä pitäen. **Molemmat vanhempani** ovat yrittäjiä: äidillä on sisustusarkkitehtifirma, isä on toimitusjohtaja arkkitehtitoimistossa. Heiltä olen saanut mallin, että työ ja yrittäjyys ovat iloisia asioita. (Olivia 7/2013: 125.)

186)Jos olet yrittäjä, **se on niin sinussa**. (Olivia 7/2013: 127.)

Jensenin jutussa yrittäjyys on opettanut haastateltaville esimerkiksi kestävyyttä ja pelottomuutta (esimerkki 188). Lisäksi molemmat haastateltavat sanovat *pelkän innostuksen* riittävän pitkälle (esimerkki 189). Kuvateksti kuitenkin myös kertoo, että *bisnessuuntautuminen* on yrittäjälle niin tärkeää, että muuten ei pärjää (esimerkki 187). Tämä on mielenkiintoinen piirre, sillä toisaalta sanotaan innostuksen saavan paljon aikaan, mutta toisaalta partikkeli *vain* poissulkee kaiken muun. Mikäli lause kuuluisi *Yrittäjä pärjää, jos on bisnessuuntautunut*, se antaisi ymmärtää, että muillakin ominaisuuksilla pärjää eikä bisnessuuntautuneisuus ole kaikkein tärkein ja ensiarvoisin ominaisuus. Alkuperäisen kanssa yhtä ehdottoman lauseesta saisi vaihtamalla konjunktion *jos* tilalle *kun* (*Yrittäjä pärjää, kun on bisnessuuntautunut*).

187) ”Yrittäjä pärjää **vain**, jos on **bisnessuuntautunut**. **Ei riitä, että ajattelee vain unelmaa** ja sitä, että tekee maailmasta paremman paikan”, joogastudioita pyörittävä Annukka Salonen sanoo. (Olivia 11/2013: 52.)

188) ”Nyt tiedän, että kestäen mitä vain”, Teija Jones sanoo. ”En pelkää **vastoinikäymisiä, rankkuutta enkä kovaa duunia**.” (Olivia 11/2013: 53.)

189) Teija ja Annukka uskovat yhä, että **pelkällä innostuksella** saa aikaan paljon. (Olivia 11/2013: 53.)

Samansuuntaisia tuloksia sai myös Kati Kriikku (2015: 55), joka havaitsi Olivian Oikeassa ammatissa -juttusarjasta useita mainintoja ”sisukkuudesta, kovasta työstä ja pitkästä pinnasta”. Yrittäjyys on siis haastatelluille henkilöille sopiva työ, mutta samalla jutut ikään kuin varoittelevat lukijoita siitä, ettei yrittäjyys ole kaikkia varten. Tämä on myös ristiriidassa esimerkiksi marraskuun numeron ”Ole 20 sekuntia hullu” -jutun kanssa, jossa kehoitetaan unelmoimaan ja toteuttamaan omia haaveita: ”Ensimmäinen vuosi on pahin” muistuttaa samassa numerossa lukijalle, että pelkät unelmat eivät riitäkään. Samoin yrittäjyyden varoitellaan verottavan terveyttä, tosin terveysongelmat nostetaan esiin lähinnä yhden yrittäjän henkilökohtaisen tarinan kohdalla. Yrittäjän terveys näyttäytyy jopa *uhrattavana* asiana, jonka *joutuu* tekemään.

## 5 PÄÄTÄNTÖ

Tässä tutkimuksessa olen tarkastellut, millaisia diskursseja Olivia-lehden työelämää käsittelevissä jutuissa on. Olen löytänyt neljä päädiskurssia, jotka limittyvät toisiinsa jutuissa: suurimman osan aineistosta voisi sijoittaa kahden eri diskurssin kentälle. Rohkeuden diskurssi nousee voimakkaimmin esille, se linkittyy kaikkiin muihin kolmeen. Vaikuttaisi siltä, että rohkeus on yksi työelämän merkittävimmistä piirteistä Olivian sivuilla – ulkonäön, luonteen ja valintojen tulisi kaikkien olla rohkeita ja niihin rohkaistaan haastateltavien tai toimittajien omakohtaisten esimerkkien avulla.

Kuten Ruoho ja Saarenmaa (2011: 40) toteavat, naistenlehdet kuuluvat toisaalta lukijoiden vapaa-aikaan ja rentoutumiseen ja toisaalta ne opastavat naisia esimerkiksi eri elämänvaiheissa. Opastaminen voi olla suuntaa-antavaa ja mallia näyttävää, tai se voi olla suurempaa kehottamista toimia tietyllä tavalla, kuten imperatiivimuotoiset muotiartikkelit usein ovat. Pohjimmiltaan Olivian jutut pyrkivätkin ohjaamaan työssäkäyviä naisia tiettyyn suuntaan: kohti parempaa ja kenties siten myös kohti onnellisuutta. Vaikka esimerkiksi yrittäjäksi ryhtyminen kuvataan artikkeleissa lähes poikkeuksetta raskaaksi, työlääksi, uuvuttavaksi ja joissain tapauksissa konkurssiin päättyväksi, siihen kannustetaan silti. Hallinnallisuus siis tulee esiin Oliviassa samoin kuin Saksan Cosmopolitanissa Kauppinen (2003) mukaan: tee kovasti työtä ja elätä itsesi, menesty ja ole parempi. Myös Ruohon ja Saarenmaan (2011) tutkimuksessa ollaan samoilla linjoilla: naistenlehdet samaan aikaan ohjaavat lukijaa menestymään jollakin elämäntilanteella – tämän tutkimuksen tapauksessa työssään – yhä paremmin ja toisaalta lehti tarjoaa samalla rentoutumishetken, jonka aikana lukija voi unohtaa ympäristön paineen kehittyä.

Kati Kauppinen sanoo, että hallinnallisuus näkyy naistenlehdissä yhä suurempana ”projekti-maisuuksena”: onnellisuus ja menestys ovat saavutettavissa useiden päällekkäisten projektien tuloksena, ja nainen voi olla onnellinen vain parannellessaan itseään yhä enemmän. Tunne-elämä esitetään säädeltävissä olevana entiteettinä. Omat tunteet voi siis vaikkapa ylittää tai muuttaa tarpeisiin sopiviksi ja oman toiminnan rationalisoida. (Kauppinen 2013: 95–96.) Olivian hallinnallisuus tulee esiin artikkeleissa esiteltujen naisten tarinoiden kautta. Osassa työelämäjuttuja kerrotaan hyvin raadollisestikin vaikka yrittäjyyden tai johtajuuden rankkoja puolia, työhön väsymistä ja itsearvostuksen kumpuamista pelkästä työstä. Tästä huolimatta jutuissa tuodaan esiin, että kovalla työllä, intohimolla ja innostuksella nämäkin haasteet voi selättää ja työstä voi nauttia täysillä. Lukijaa kehoitetaan siis olemaan välittämättä uupumuksesta ja jatkamaan sinnikkäästi eteenpäin työntäen väsymyksen takalalle.

Mikäli työ ei tunnu mielekkäältä, jutuissa esitellyt naiset kertovat alanvaihdostaan, vuorotteluvapaistaan tai yrityksen perustamisesta, ja mielekkyys ja into työhön löytyvät siten. Kuten A2-ilta (2016) kysyy katsojilta, Oliviakin kysyy haastateltaviltaan, miten he ovat luoneet työpaikkoja Suomeen – tai edes itselleen. Viihtyisän työpaikan luominen ei siis pelkästään ole kyse siitä, että haastateltava nauttisi työstään enemmän, vaan mieleisen työpaikan *tekemisestä* itselle. Nykyisen työyhteisön, fyysisen työympäristön tai omien työskentelymotiivien ongelmia tai puutteita ei jutuissa eritellä eikä niihin paneuduta tai pyritä niitä muuttamaan. Valta muutokseen on aina ongelman huomaajalla eli haastateltavalla: hän voi itse valita irtisanoutumisen tai yrityksen perustamisen vaihtoehdoksi epätyytyttävälle työlle. Hallinnallisuuden periaatteen mukaisesti itseä voi aina kehittää paremmaksi ja paremmaksi. Jälkifeministinen itsehallinta tuokin esille sitä feminiinisyyden muotoa, joka itseluottamuksen ja innostuksen kautta luo myös yrittäjähenkisyttä lukijaan (Kauppinen 2013: 96).

Työmaailman jutuista silmiinpistävä poikkeus on juttu kotirouvan roolista, joka näyttäytyy töissä käyneelle ja ”aina itsensä elättäneelle” toimittajalle kovana palana ja suuria tunteita herättävänä kokemuksena. Määttänen artikkelista käy hyvin ilmi se, mikä on muuttunut suurten ikäluokkien ajoista. Vakituista, varmaa työtä ei ole, vaan työsuhteet ovat nykyään pätkittäisiä tai määräaikaaisia ja freelancereita on paljon. Määttänen sanoo myös seuraavaa: ”Kasvoin aikuiseksi maailmassa, jossa aikuiset [--] olivat perillä. Ymmärrän kyllä, että perillä oleminen on loputtoman vaikea filosofinen käsite, mutta yksi sen elementti oli yksinkertainen: vastuullisilla aikuisilla oli työpaikka.” (Määttänen 2000: 49.)

Tämänhetkisten 30–40-vuotiaiden voi olla vaikea sopeutua nykypäivän työelämään, sillä omilta vanhemmiltaan he ovat tiedostamattaan saaneet mallin ”oikeasta” aikuisuudesta vakituisine työsuhteineen ja ennustettavine urakehityksineen. Aikuisiän saavuttanut ei tunne oloaan aikuiseksi, ainakaan ”oikeaksi” sellaiseksi, sillä aikuisuus ei osoittautunutkaan odotusten mukaiseksi. Vaikka toimittaja Laura Mattila ei olekaan jäänyt yllättäen työttömäksi, vaan pitää taukoa työelämästä miehensä työkomennuksen seurauksena, tilanne vaikuttaa silti samalta. Mattilaa ahdistaa, sillä hän kokee olevansa ”elätti” ja ”palanneensa 1950-luvulle” (esimerkki 86). Myös esimerkki 92 kertoo, miten suurien ikäluokkien ajatusmalli istuu myös nuorempien aikuisten päässä. Mattilan mukaan yhteiskunnassa *ei ole tilaa* sellaiselle ihmiselle, joka ei käy töissä. Määttänen (2000: 49) sanoo, että kun töitä ei ole, tuntuu putoavansa yhteiskunnan kelkasta ja jotenkin vääränlaiseen aikuisuuteen ja elämisen tapaan. Myös Kauppinen (2013: 95) toteaa, että patriarkaalisen ajatusmaailman mukaan nainen elää vain miehensä ja lastensa kautta ja että feministinen näkökulma rohkaisee naisia elämään myös omaa elämäänsä ja toteuttamaan omia unelmiaan.

Unelmoiminen ja itsensä toteuttaminen tuodaan esiin tärkeinä työn piirteinä. Työ ei siis ole vain jotain, joka tuo rahaa, vaan intohimon, luovuuden toteuttamisen ja nautinnon paikka. Jos työ tuntuu puuduttavalta ”murmelieläältä”, siihen ”pitää” saada muutos. Unelmointi on tärkeää muutoinkin, mutta saattaa myös saada aikaan hyvän bisnesidean. Hyvä homma -juttusarja esittää oman yrityksen perustamisen toimintana, joka vaatii *vain* vaikkapa hyvän idean, mutta yrityksen ylläpito ei suinkaan aina ole helppoa (vrt. joulukuun numeron ”Yritysten Kylli-täti”). Myös yrittäjäarjen raadollisuus esimerkiksi terveysongelmineen pääsee esiin pitemmissä feature-jutuissa, mutta jutuissa mainitaan aina silti, miten yrittäjä elää unelmaansa ja tekee juuri sitä, mistä nauttii. Ympäristö saattaa esittää epäilyksensä yrittäjän jaksamisesta, mutta yrittäjäyys nousee esiin elämäntapana ja mieluisana valintana kaikesta rankkuudestakin huolimatta.

Kati Kriikun (2015: 40) tutkimuksessa löytyi samankaltaisia teemoja unelma-ammatin merkitystä ilmennettäessä. Erityisesti työn sisällön ja itsensä toteuttamisen tematiikka osoitti, että työssä viihtyminen ja työskentelyn mielekkyys olivat huomattavasti palkkaa tärkeämpiä – jopa siinä määrin, että tuloja ollaan valmiita leikkaamaan, jos työ vain tuntuu mukavalta (mt. 50–51).

Unelmat tulevat myös implisiittisenä vaikuttimena esiin muotisivuilla, jossa esitellyt vaatekapaleet ja asusteet saattavat maksaa useita tuhansia euroja. Naistenlehdet kuitenkin pyrkivät tuomaan lukijalle fantasioita ja hyvää mieltä (vrt. Gough-Yates 2003) ja luksustuotteet saattavat toimia tavoittelemisen arvoisina päämäärinä joillekin lukijoille. Tyylin diskurssi on unelmoinnin lisäksi myös oletusarvoinen seikka: Olivia olettaa, että kaikkia lukijoita kiinnostaa muoti ja he haluavat ja voivat myös työpaikalla olla huoliteltuja ja satsata asuun.

Kaupallisuus on yksi tärkeimmistä naistenlehtien piirteistä, minkä osoittaa jo osaltaan mainosten runsas määrä, tämän tutkimuksen aineistossa keskimäärin 37,1 % kokonaissivumäärästä. Lisäksi tyyli on selkeimmin se osa naistenlehdistä, mitä lukijassa koetetaan muuttaa. Olivian tyylijutut eivät ainakaan työpukeutumiseen keskittyessään kehota vaikkapa tekemään itse tai kierrättämään merkkivaatteita, vaan vaatteet ja asusteet on koottu yhteensopiviksi kokonaisuuksiksi useimmiten kalliimman hintaluokan tuotteista. Muotiartikkeleissa esiteltyjen tuotteiden brändit mainostavat myös lehdessä. Muita seikkoja, kuten työtyytyväisyyttä ja itsensä toteuttamista, kuvataan ristiriitaisemmin: toisaalta annetaan vinkkejä siihen, kuinka nykyisessä työssä voisi olla tyytyväisempi ja nauttia omasta työstä enemmän, toisaalta kehoitetaan rohkeasti vaihtamaan alaa tai kerrotaan ”Suomen parhaasta työpaikasta” ja implikoidaan, mitä kaikkea työyhteisöissä voisi tehdä paremmin.

Töyry havaitsi, että naistenlehtien sisällöt saattavat olla ristiriidassa asettamiensa tavoitteiden kanssa: samaa aihetta saatetaan käsitellä täysin vastakkaisista näkökulmista. Kuitenkin tämä ristiriita on lukijasuhteen luomisen perusta, sillä saman kohderyhmän sisällä on valtavasti erilaisia ihmisiä, joilla on erilaisia ajatuksia ja asenteita samoihin ilmiöihin liittyen (Töyry 2008: 24.) Esimerkiksi Olivian lukijoista osa on varmasti rohkeita ja yrittäjäksi sopivia, mutta osa kaipaa yhtä lailla turvallisuutta ja pysyvyyttä. Yrittäjyyteen toisaalta rohkaistaan Olivian sivuilla esittämällä alanvaihtajat tyytyväisinä valintoihinsa ja toisaalta taas jutut kuten ”Haluatko todella vaihtaa alaa” ja ”Ensimmäinen vuosi on pahin” muistuttavat yrittäjyyden raskaudesta ja alanvaihdon ongelmista. Näin puhutellaan kahta kohderyhmää, vaikka viesti voi vaikuttaa ristiriitaiseltakin.

Lehti luottaa siihen, että lukija osaa itse valita suhtautumisensa artikkeleiden käsittelemiin ilmiöihin, ja esittelee siksi useampia eri puolia rohkaistakseen juuri sitä lukijaa, joka kaipaa lehdeltä vastauksia. Myös Ruoho ja Saarenmaa (2011: 13, 20) saivat samansuuntaisia tuloksia. He haastattelivat 22 toimittajaa 11 aikakauslehdestä (mukana oli myös Olivia), ja haastatellut toimittajat saattoivat kokea oman lehtensä konseptin jopa rajoittavana. Toimittajien piti saada artikkelit sopimaan tietynlaiseen muottiin, vaikka haastateltujen henkilöiden sanomiset eivät olisikaan täysin sopineet lehden tai juttusarjan konseptiin.

Ei myöskään ole salaisuus, että aivan kaikki eivät pääse lehtien sivuille ulkonäkötekijöiden vuoksi: aikakaus- ja erityisesti naistenlehdissä on vakiintuneita kuvittamisen käytäntöjä, joita hallitsevat myös muoti ja kauneus. Myös Ruohon ja Saarenmaan tutkimushaastatteluissa kävi ilmi, että koska vaikkapa sairaanhoitajia ei ole mahdollisuus työvuoron aikana ehostaa lehtijuttua varten, oikean hoitotyöläisen arjen kuvaaminen niin visuaalisesti kuin verbaalisesti on haastavaa. (Ruoho & Saarenmaa 2011: 32.) Oman tutkimukseni tulos vahvistaa tätä: ainoastaan lääkäri Heli Salmi edusti hoitoalan työntekijöitä Oliviassa vuonna 2013, ja hänkin vapaaehtoistyön näkökulmasta paperittomien klinikalla. Päivittäinen sairaaloiden tai hoitolaitosten arki ei tämän jutun kuvituksessa näkynyt. Kuten johdannossa mainitsin, myös ulkotyötä tekeviä, toisen asteen tutkinnon suorittaneita tai vuorotyöläisiä ei liiemmin näkynyt Olivian sivuilla. Poikkeuksena tästä oli heinäkuun numeron Heidi Hovi, joka työskenteli viljelijänä. Kaikissa jutuissa ei puututa haastateltavien koulutustaustaan, mutta jos koulutus tuodaan esille, se on tavallisesti korkeakoulututkinto.

Kuten arvelin, pätikätyöläisyys, epävarmuus työelämästä tai työuupumus eivät päässeet esiin aineistoni työelämäjutuissa. Työelämän odotukset ja vaatimukset työntekijöille ovat kasvaneet, vaikka työelämä on aiempaa epävakaammalla pohjalla. Taneli Heikan artikkeli (2000: 40) kertoo siitä, kuinka 2000-luvun alun kolmikymppiset (eli tämän tutkimuksen kirjoitushetken 40–50-vuotiaat) ovat eläneet koko työuransa väsymyksen partaalla eivätkä muunlaista työtahtia tunnekaan. Eivät luonnollisestikaan kaikki kolmikymppiset ole väsyneet työtaakan alle, mutta heitä on silti paljon. Heikan mukaan (2000: 41) keväällä 2000 kaikista työsuhteista 25 % oli määräaikaaisia. Kymmenessä vuodessa tilanne on muuttunut hieman parempaan suuntaan: Tilastokeskuksen mukaan vuonna 2010 määräaikaaisia työsuhteita kaikista työsuhteista oli 16 %:lla (Suomen virallinen tilasto 2011).

Epävarma työtilanne on vain yksi syy väsymiselle. Heikan mukaan epätyypilliset työntekijät, ”epikset”, ovat lama-ajan tuote, heidät työllistettiin epävarman työllisyys- ja taloustilanteen aikana (Heikka 2000: 42). Ammattiyhdistysliikkeet valvoivat laman aikana ja sen jälkeen vanhojen jäsenten etuja, eli heidän, jotka lomautettiin tai siirrettiin eläkkeelle. Siten ”epis”-ryhmä jäi ilman edunvalvojia. Myös Blom ja Hautaniemi (2009: 13) kirjoittavat epävarmoista työoloista: 1990-luvun laman jälkeen julkisen sektorin ongelmia ovat olleet esimerkiksi kiire, henkilöstön vähyys, tulevaisuuden epävarmuus ja avoimuuden puute. Julkisen sektorin pitkät ja varmat uraputket ovat nyt vähentyneet ja niiden tilalle on tullut yksityisen sektorin tehokkuuspaineita ja asiakaslähtöisyyttä. Määräaikaaisuudet ovat kasvaneet ja vuokratyövoiman käyttö yleistynyt, mikä tarkoittaa, ettei työvoimaa enää haluta sitouttaa työpaikoille (Blom & Hautaniemi 2009: 15).

Jatkossa naistenlehtiä voi tutkia edelleen lukuisista kielitieteen näkökulmista. Naistenlehdet ovat arkielämän tekstejä, niitä luetaan paljon ja ne tavoittavat suuren lukijakunnan. Oliviallakin on ollut mediatietojen mukaan (Bonnier Magazines 2013) jopa 117 000 lukijaa. Ei siis ole yhdentekevää, miten aikakaus- tai naistenlehti lukijaansa puhuttelee ja millaisista asioista lukijalle kerrotaan. Käsitellyt aiheet ja diskurssit, joilla aiheita käsitellään vaikuttavat lukijoiden mielikuviin ihmisistä, asioista ja ilmiöistä ja ne vaikuttavat edelleen lukijoiden arvoihin ja asenteisiin.



Tästä tutkimuksesta jätin pois M.A.K. Hallidayn systeemis-funktionaalisen kieliopin, joka kuitenkin voi olla hedelmällinen lähtökohta tarkasteltaessa jotakin yksittäistä juttusarjaa. Esimerkiksi Olivian Hyvä homma -sarjan artikkelit voisi analysoida Hallidayn SF-teorian avulla ja tarkastella jutussa käytettyjen lauseiden prosessityyppejä. Tämä toisi esiin esimerkiksi tapoja kuvata oman työhistorian muutosta, onko työhön *päädytty* ikään kuin sattuman kautta vai esimerkiksi *päästy* aktiivisen työn tuloksena. Huomasin juuri Hyvä homma -sarjasta, että työllistyminen näyttäytyi helppona ja kepeänä, kuin itsestään tapahtuvana prosessina, johon oma aktiivinen työ ei vaikuttanut niin paljon kuin *vain* hyvä idea tai suunnitelmat (vrt. esimerkit 144 ja 147). Myös lukijan puhuttelua vaikkapa eri palstojen kolumneissa tai pääkirjoituksissa voisi tutkia pragmatiikan keinoin. Olivian diskursseja ja representaatioita esimerkiksi perhe-elämää käsittelevistä jutuista voisi olla mielenkiintoista tutkia: omaa aineistoani karsiessani havaitsin, että perhesuhteita käsiteltiin useimmin toimittajien ja heidän vanhempiensa väliltä, eikä lehdessä näkynyt juurikaan toimittajien ja heidän lastensa ja perustamansa perheen välisiä suhteita. Kriikku (2015: 40–44, 70) löysikin unelma-ammattien merkityksellistämistä tutkiessaan yhdeksi vahvaksi teemaksi äitiyden ja työn yhdistämisen.

Olivia painottaa sivuillaan työtä ja nostaa työn näin tärkeäksi osaksi lukijankin maailmaa, ja sitä se onkin, vietetäänhän työpaikalla suurin osa valveillaoloajasta. Työelämälle ja työelämässä olevalle lukijalle annetaan monenlaisia tehtäviä – miellyttävyys ja rankkuus, konservatiivisuus ja rohkeus –, joiden moninaisuus ja ristiriitaisuus saattaa hämmentää. Jää lukijan tehtäväksi Olivian antamien esikuvien ja tarinoiden perusteella päättää ja kuulostella omaa itseään, onko hänellä rohkeutta tai yrittäjähenkisyyttä, vai voisiko työelämästä tehdä mielekästä muilla keinoin kuin oman firman perustamalla. Merkkilaukun mukana kantaminen jääköön vapaaehtoiseksi.

## LÄHTEET

- A2-ilta 2016: Taloustalkoot-ilta. [ajankohtaisohjelma] <http://areena.yle.fi/1-3081801> Katsottu 10.5.2016.
- Aller 2014: Olivia. Terävä ja tyylikäs. – <http://www.aller.fi/mediaopas/olivia> 9.6.2015.
- Blom, Raimo & Hautamäki, Ari 2009: Työelämä muuttuu, joutaako hyvinvointi? Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press.
- Bonnier Magazines 2013: Olivian mediatiedot. – <http://www.bonniermagazines.fi/assets/olivia-mediatiedot.pdf> 27.4.2016.
- Eurostat 2016: Euro area unemployment rate at 10.3 %. – <http://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/7225076/3-04042016-BP-EN.pdf/e04dadf1-8c8b-4d9b-af51-bfc2d5ab8c4a> 10.5.2016.
- Fairclough, Norman 2003: Analysing discourse. Textual analysis for social research. Lontoo: Routledge.
- Gee, James Paul 2011: An Introduction to Discourse Analysis. Theory and Method. New York: Routledge.
- Gough-Yates, Anna 2003: Understanding Women's Magazines. Publishing, Markets and readerships. London: Routledge.
- Heikka, Taneli 2000: Saara, 31, haluaa eläkkeelle. – Sami Borg, Taneli Heikka & Matti Helin (toim.) 2000: *30 ja risa. Nuorten aikuisten muuttunut maailma* s. 39–45. Tampereen hiippakunnan vuosikirja 52. Huittinen: Lauttapaino Oy.
- Idealista 2016a: Olivia – <http://www.idealista.fi/olivia/> 27.4.2016.
- Idealista 2016b: Tervetuloa Idealistaan! – <http://www.idealista.fi/mika-idealista/> 27.4.2016.
- Jokinen, Arja & Juhila, Kirsi 1999: Diskurssianalyttisen tutkimuksen kartta. – Arja Jokinen, Kirsi Juhila & Eero Suoninen (toim.) 1999: *Diskurssianalyysi liikkeessä* s. 54–97. Tampere: Vastapaino.
- Juhila, Kirsi 1999: Tutkijan positiot. – Arja Jokinen, Kirsi Juhila & Eero Suoninen (toim.) 1999: *Diskurssianalyysi liikkeessä* s.201–232. Tampere: Vastapaino.
- Kauppinen, Kati 2013: At an intersection of postfeminism and neoliberalism: A discourse analytical view of an international women's magazine. – *Critical Approaches to Discourse Across Disciplines*. 7 (1) s. 82–99.
- Koivumäki, Jaakko 2009: Luottamus byrokratian jälkeisissä organisaatioissa. – Raimo Blom & Ari Hautamäki (toim.) 2009: *Työelämä muuttuu, joutaako hyvinvointi?* s. 103–120. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press.
- Kress, Gunther 1976: Halliday: System and function in language. Selected papers edited by G.R. Kress. Lontoo: Oxford University Press.
- Kriikku, Kati 2015: ”Sisulla ja sydämellä”. *Unelma-ammattiin liitetyt merkitykset Olivia-lehden Oikeassa ammatissa -juttusarjassa*. Tampereen yliopisto, sosiologian pro gradu -tutkielma.
- Koskela, Marja-Riikka 2002: ”Siirtoja työelämän pelilaudalla”. *Suomen Cosmopolitanin työelämä- ja koulutusjuttujen diskurssianalyysia*. Tampereen yliopisto, tiedotusopin pro gradu -tutkielma.

- Kunelius, Risto 2009: Viestinnän vallassa. Johdatus joukkoviestinnän kysymyksiin. Helsinki: WSOY.
- Lämsä, Anna-Liisa 2000: 1960-luvun lapsen polku maalta kaupunkiin. – Sami Borg, Taneli Heikka & Matti Helin (toim.) 2000: *30 ja risa. Nuorten aikuisten muuttunut maailma* s. 15–20. Tampereen hiippakunnan vuosikirja 52. Huittinen: Lauttapaino Oy.
- Maslow.org: These assumptions underlie Eupsychian Management Policy. – <http://www.maslow.org/sub/assumptions.php> 14.4.2016.
- Määttänen, Merja 2000: Tuotteen kehitys. – Sami Borg, Taneli Heikka & Matti Helin (toim.) 2000: *30 ja risa. Nuorten aikuisten muuttunut maailma* s. 46–52. Tampereen hiippakunnan vuosikirja 52. Huittinen: Lauttapaino Oy.
- Paalosalo-Jussinmäki, Mari 2013: Löysimme sinulle mentorin. – <http://www.olivialehti.fi/linjoilla/2013/04/loysimme-sinulle-mentorin/> 2.3.2016.
- Pietikäinen, Sari & Mäntynen, Anne 2009: Kurssi kohti diskurssia. Tallinna: Vastapaino.
- Ruoho, Iris & Saarenmaa, Laura 2011: Edunvalvonnasta elämänpolitiikkaan. Naistenlehdet journalismina ja julkisuutena. Tampere: Juvenes Print.
- Ryhänen, Elina 2012: *Diskurssianalyysi naisjohtajakuvan rakentumisesta suomalaisten naistenlehtien lehtiartikkeleissa*. Lapin yliopisto, johtamisen pro gradu -tutkielma.
- Shore, Susanna 2012: Kieli, kielenkäyttö ja kielenkäytön lajit systeemis-funktionaalisessa teoriassa. – Vesa Heikkinen, Eero Voutilainen, Petri Lauerma, Ulla Tiililä & Mikko Lounela (toim.) 2012: *Genreanalyysi – tekstilajitutkimuksen käsikirja* s. 131–157. Kotimaisten kielten keskuksen julkaisuja 169. Helsinki: Gaudeamus.
- Suomen virallinen tilasto (SVT) 2011: Työvoimatutkimus [verkkojulkaisu]. ISSN=1798-7830. Työsuhteet ja työajat vuonna 2010 1 Määräaikaiset työsuhteet lisääntyivät vuonna 2010. Helsinki: Tilastokeskus [viitattu: 9.6.2015].  
Saantitapa: [http://www.tilastokeskus.fi/til/tyti/2010/15/tyti\\_2010\\_15\\_2011-06-07\\_kat\\_001\\_fi.html](http://www.tilastokeskus.fi/til/tyti/2010/15/tyti_2010_15_2011-06-07_kat_001_fi.html)
- Suomen virallinen tilasto (SVT) 2016: Työvoimatutkimus [verkkojulkaisu]. ISSN=1798-7830. maaliskuu 2016. Helsinki: Tilastokeskus [viitattu: 10.5.2016].  
Saantitapa: [http://www.stat.fi/til/tyti/2016/03/tyti\\_2016\\_03\\_2016-04-26\\_tie\\_001\\_fi.html](http://www.stat.fi/til/tyti/2016/03/tyti_2016_03_2016-04-26_tie_001_fi.html)
- Suoninen, Eero 1999: Näkökulma sosiaalisen todellisuuden rakentumiseen. – Arja Jokinen, Kirsi Juhila & Eero Suoninen (toim.) 1999: *Diskurssianalyysi liikkeessä* s.17–36. Tampere: Vastapaino.
- Töyry, Maija 2008: Naistenlehtien keskinäiset erot ja samankaltaisuudet. – *Tiedotustutkimus* 31 (1) s. 21–34.
- Vasala, Jussi 2006: Olivia tulee voimalla, lanseeraukseen suuret suunnitelmat. – <http://media-viikko.fi/aiheet/internet/uutinen/olivia-tulee-voimalla-lanseeraukseen-suuret-suunnitelmat.html> 6.11.2015.
- Ylöstalo, Pekka 2009: Mielekäs ja menestyvä työpaikka. – Raimo Blom & Ari Hautamäki (toim.) 2009: *Työelämä muuttuu, jostaako hyvinvointi?* s.78–102. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press.